

**PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN, KEMUDAHAN BERTRANSAKSI,
KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE
TOKOPEDIA (STUDI KASUS MAHASISWAI FEB UM METRO)**

SKRIPSI



OLEH:

ALICIA MONIQ STELLATA

NPM. 18610011

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADYAH METRO**

2022



**PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN, KEMUDAHAN BERTRANSAKSI,
KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE
TOKOPEDIA (STUDI KASUS MAHASISWAI FEB UM METRO)**

SKRIPSI

**Diajukan
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana**

**OLEH:
ALICIA MONIQ STELLATA
NPM. 18610011**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADYAH METRO
2021**

RINGKASAN

Alicia Moniq Stellata, 2022. Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa/i FEB Universitas Muhammadiyah Metro). Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Dr. H. Febriyanto, S. E., M.M. Pembimbing (2) Nani Septiana. S.E., M.M.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari penggunaan *marketplace* Tokopedia dengan menggunakan variabel persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi, kepercayaan konsumen, kualitas produk dan harga pada keputusan pembelian *marketplace* Tokopedia. Data penelitian diuji dengan perhitungan analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Packages for the Social Science*) 20.

Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang diangkakan, dalam penelitian ini jumlah sampel sebanyak 68 sampel yang ditemui secara kebetulan dan memenuhi syarat yaitu mahasiswa/i FEB Universitas Muhammadiyah Metro. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah 1) Variabel persepsi keamanan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, 2) Variabel kemudahan bertransaksi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, 3) Variabel kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, 4) Variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, 5) Variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 6) Secara simultan variabel persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi, kepercayaan konsumen, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Marketplace* Tokopedia.

Kata Kunci: Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk dan Harga Keputusan Pembelian

Alicia Moniq Stellata¹, Febriyanto²

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Metro

E-mail :Aliciamoniqstelata30@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya kasus kebocoran akun sebagian pengguna Tokopedia. Adapun yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi, kepercayaan konsumen, kualitas produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian pada Marketplace Tokopedia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel-variabel tersebut memperkuat pengaruh keputusan pembelian pada Marketplace Tokopedia.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan data primer berupa kuesioner atau angket. Dalam penelitian ini didapat 68 responden dengan perhitungan menggunakan SPSS 20.

Hasil menunjukkan bahwa 1) Variabel persepsi keamanan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, 2) Variabel kemudahan bertransaksi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, 3) Variabel kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, 4) Variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, 5) Variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 6) Secara simultan variabel persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi, kepercayaan konsumen, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Marketplace Tokopedia.

KataKunci: Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.

Alicia Moniq Stellata¹, Febriyanto²

Management Study Program, Economics and Business Faculty

Muhammadiyah University of Metro

E-mail : Aliciamoniqstelata30@gmail.com

Abstract

This research was motivated by the widespread cases of account leaks of some Tokopedia users. The problem in this research was whether the perception of security, ease of transaction, consumer trust, product quality and price affected purchasing decisions on the Tokopedia Marketplace. The purpose of this study was to determine whether these variables strengthened the influence of purchasing decisions on the Tokopedia Marketplace.

The research method used was quantitative by using primary data in the form of a questionnaire or questionnaire. In this study obtained 68 respondents with calculations using SPSS 20.

The results showed that 1) the security perception variable did not have a positive effect on purchasing decisions, 2) the ease of transaction variables had a positive effect on purchasing decisions, 3) the consumer trust variable had a positive effect on purchasing decisions, 4) the product quality variable has a positive effect on purchasing decisions, 5) The price variable had a effect on purchasing decisions, 6) Simultaneously the variables of perception of security, ease of transaction, consumer trust, product quality and price affected purchasing decisions on the Tokopedia Marketplace.

Keywords: Perception of Security, Ease of Transaction, Consumer Trust, Product Quality, Price, Purchase Decision.

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN, KEMUDAHAN BERTRANSAKSI,
KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan :

NAMA : ALICIA MONIQ STELLATA
NPM : 18610011
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN



Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M
NIDN. 0223027901

Pembimbing (I)



Nani Septiana, S.E., M.M
NIDN. 0220098901

Pembimbing (II)

Mengetahui,
Kaprosdi S1 Manajemen



Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M
NIDN. 0223027901

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

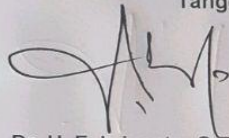
SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN, KEMUDAHAN BERTRANSAKSI,
KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA

Nama : Alicia Moniq Stellata
NPM : 18610011
Program Studi : MANAJEMEN

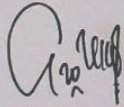
Telah Diujikan Dan Dinyatakan Lulus Pada

Hari : Jum'at
Tanggal : 25 Maret 2022



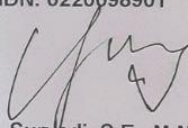
Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M
NIDN. 0223027901

Ketua Penguji



Nani Septiana, S.E., M.M
NIDN. 0220098901

Sekretaris



H. Sunardi, S.E., M.M
NIDN. 0229115901

Penguji Utama



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

H. Suwanto, S.E., M.M
NIDN. 0210034801

MOTTO

“Jangan pergi mengikuti kemana jalan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkanlah jejak”

(Ralp Waldo Emerson)

“Setiap orang memiliki kelebihan yang berbeda-beda maka dari itu temukan bakatmu, temukan jalanmu dan raihlah kesuksesan dengan jalan yang akan dipilih”

(Alicia Moniq Stellata)

PERSEMBAHAN

Rasa syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Dengan ini saya mempersembahkan skripsi ini untuk:

1. Teristimewa kepada Kedua Orang Tua Tercinta Ibu Meri Yuneti dan Bapak Subarkah yang selalu memberikan dukungan dan motivasi serta doa yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga tercinta, Terimakasih atas doa dan dukungannya yang membuat saya semangat menyelesaikan skripsi.
3. Dosen Pembimbing Bapak Dr. H. Febriyanto, S.E.,M.M., Dan Ibu Nani Septiana S.E.,M.M., yang telah membimbing serta memberi masukan dan saran sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Mifta Malinda sahabat yang selalu mensupport dan menjadi tempat berkeluh kesah saya selama mengerjakan skripsi dan memberikan solusi dalam masalah yang saya hadapi.
5. Sahabat saya Elly Wijayanti yang sudah menjadi patner selama kuliah kurang lebih 4 tahun yang sangat membantu dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
6. Teman-teman Manajemen A angkatan 2018 yang sudah memberikan dukungan.
7. Almamater tercinta yang telah berhasil membentuk salah satu mahasiswa nya menjadi seseorang yang berharga melalui pengalaman yang luar biasa.
8. Dan yang terakhir tidak lupa saya persembahkan skripsi ini untuk diri sendiri karna telah berjuang melawan rasa malas dan rasa takut sampai dititik ini dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alicia Moniq Stellata
NPM : 18610011
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN, KEMUDAHAN BERTRANSAKSI, KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA". Adalah hasil karya ilmiah tulisan saya sendiri. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali saya secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan di sebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar literatur.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya akan bersedia menerima sanksi yang ditetapkan oleh Universitas Muhammadiyah Metro.

Metro, 25 Maret 2022

Yang membuat pernyataan



Alicia Moniq Stellata
NPM. 18610011

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga kita semua dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia (Studi kasus Mahasiswa/i FEB UM Metro).

Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya.

Terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghanturkan terimakasih bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun bantuan materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan ini hingga selesai, terutama kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, anugerah, kemudahan dan kebaikannya yang begitu besar kepada penulis.
2. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd, Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Suwanto, S.E.,M.M., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Dr. H. Febriyanto, S.E.,M.M., Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro sekaligus selaku pembimbing 1.
5. Nani Septiana, S.E.,M.M., Selaku pembimbing 2 yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama menyusun Skripsi ini.
6. H. Suryadi, S.E., M.M. Selaku dosen penguji skripsi yang sudah membimbing dalam penyusunan skripsi
7. Rekan seangkatan dan pihak-pihak terkait yang telah banyak membantu.

Penulis menyadari skripsi ini bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis umumnya dan pembaca khususnya.

Metro, 25 Maret 2022

Alicia Moniq Stellata
NPM. 18610011

Penulis menyadari skripsi ini bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis umumnya dan pembaca khususnya.

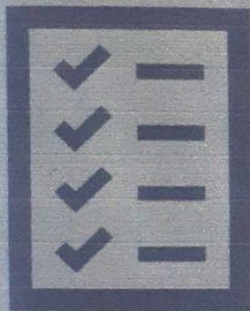
Metro, 25 Maret 2022



Alicia Moniq Stellata
NPM. 18610011



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO



SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 2645/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : ALICIA MONIQ STELLATA
NPM : 18610011
Jenis Dokumen : SKRIPSI

JUDUL:

PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN, KEMUDAHAN BERTRANSAKSI, KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA (STUDI KASUS MAHASISWA/II FEB UM METRO)

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



12 April 2022

Dr. Arif Rahman Aththibby, M.Pd.Si.
NIDN. 0203128801

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No. 116
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota
Metro, Lampung, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
E-mail: upi@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTARCT	vi
RINGKASAN	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	vii
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI	viii
HALAMAN PENGESAHAN.....	ix
MOTTO.....	x
PERSEMBAHAN.....	xi
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	xii
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (<i>SIMILARITY CHECK</i>).....	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Rumusan Masalah	6
1. Identifikasi Masalah.....	6
2. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan.....	8
F. Ruang Lingkup Penelitian	9
BAB II KAJIAN LITERATUR.....	10
A. Deskripsi Teori.....	10
1. Pengertian Pemasaran	10
2. Persepsi Keamanan.....	11
3. Kemudahan Bertransaksi	12
4. Kepercayaan Konsumen.....	13
5. Kualitas Produk.....	15
6. Harga.....	17
7. Keputusan Pembelian	18
B. Hasil Penelitian Relevan	20
C. Kerangka Pemikiran.....	22
D. Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	27
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Objek dan Lokasi Penelitian	27
C. Metode Penelitian	27
D. Populasi dan Sampel	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33

F.	Pengujian Persyaratan Instrumen	34
G.	Pengujian Persyaratan Analisis.....	35
	1. Uji normalitas	35
	2. Uji Linieritas	36
	3. Uji Homogenitas.....	36
	4. Analisis Regresi Linier Berganda	37
H.	Pengujian Hipotesis	37
	1. Uji Parsial (Uji-t)	37
	2. Uji Simultan (Uji-f)	38
	3. Koefisien Determinasi (R ²)	38
I.	Hipotesis Statistik.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		41
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
	1. Sejarah Singkat Tokopedia	41
	2. Fungsi Perusahaan Tokopedia.....	42
	3. Visi dan Misi Tokopedia	42
	a. Visi	42
	b. Misi.....	42
B.	Hasil Penelitian	43
	1. Pengujian Persyaratan Instrumen	43
	a. Uji Validitas	43
	b. Uji Reabilitas	47
	2. Pengujian Persyaratan Analisis.....	49
	a. Uji Normalitas.....	49
	b. Uji Linieritas.....	50
	c. Uji Homogenitas.....	53
	d. Deskripsi Data Hasil Kuesioner	55
	e. Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
	3. Pengujian Hipotesis	65
	a. Uji Parsial (Uji T)	65
	b. Uji Silmutan (Uji F)	67
	c. KoefisienDeterminasi (R ²).....	67
	d. HipotesisStatistik.....	68
	4. Pembahasan.....	70
BAB V PENUTUP		73
A.	Kesimpulan.....	73
B.	Saran.....	73

**DAFTAR LITERATUR
LAMPIRAN-LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Top 10 <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	2
2. Jumlah pembelian Tokopedia dan pesaing tahun 2014-2021.....	4
3. Hasil penelitian Relevan.....	2
4. Kisi-kisi Kuesioner.....	30
5. Jumlah mahasiswa FEB UM Metro Angkatan 2018	32
6. Skala Likert	34
7. Hasil uji validitas variabel persepsi keamanan (X_1)	43
8. Hasil uji validitas kemudahan bertransaksi (X_2).....	44
9. Hasil uji validitas kepercayaan konsumen (X_3).....	45
10. Hasil uji validitas kualitas produk (X_4).....	46
11. Hasil uji validitas harga (X_5)	47
12. Hasil uji validitas keputusan pembelian (Y)	48
13. Hasil uji reabilitas	49
14. Uji Normalitas	49
15. Hasil uji linieritas (X_1) terhadap (Y)	50
16. Hasil uji linieritas (X_2) terhadap (Y)	51
17. Hasil uji linieritas (X_3) terhadap (Y)	51
18. Hasil uji linieritas (X_4) terhadap (Y)	52
19. Hasil uji linieritas (X_5) terhadap (Y)	52
20. Hasil uji homogenitas (X_1) terhadap (Y)	53
21. Hasil uji homogenitas (X_2) terhadap (Y)	53
22. Hasil uji homogenitas (X_3) terhadap (Y)	54
23. Hasil uji homogenitas (X_4) terhadap (Y)	54
24. Hasil uji homogenitas (X_5) terhadap (Y)	54
25. Hasil uji regresi linier berganda	64
26. Hasil uji T	65
27. Hasil Uji F	67
28. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	67
29. Hasil hipotesis statistik (X_1) terhadap (Y)	68
30. Hasil hipotesis statistik (X_2) terhadap (Y)	68
31. Hasil hipotesis statistik (X_3) terhadap (Y)	69
32. Hasil hipotesis statistik (X_4) terhadap (Y)	69
33. Hasil hipotesis (X_5) terhadap (Y)	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Riview atau ulasan konsumen Tokopedia	3
2. Kerangka Pemikir.....	25
3. Diagram Persepsi Keamanan (X ₁)	56
4. Diagram Kemudahan Bertransaksi (X ₂)	57
5. Diagram Kepercayaan Konsumen (X ₃)	59
6. Diagram Kualitas Produk (X ₄)	60
7. Diagram Harga (X ₅)	62
8. Diagram Kepercayaan Konsumen (Y).....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuisisioner Penelitian	77
2. Kuisisioner Penelitian	78
3. Data Skor Jawaban Kuisisioner Variabel X1	85
4. Data Mentah Total Skor Jawaban Kuisisioner	96
5. Uji Validitas	98
6. Uji Reabilitas	101
7. Uji Normalitas	102
8. Uji Linieritas	103
9. Uji Homogenitas	105
10. Deskripsi Data Hasil Kuisisioner	106
11. Uji Persamaan	109
12. Tabel R	111
13. Tabel T	112
14. Tabel F	115