

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA & KEPERCAYAAN KONSUMEN

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AKUN YOUTUBE

(Studi di Toko *Online Ibad Rahman Digital Store*)



SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

Nama : Ibadurrohman Auliya Ul Haq

NIM : 17414404

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2023

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA & KEPERCAYAAN KONSUMEN

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AKUN YOUTUBE

(Studi di Toko *Online Ibad Rahman Digital Store*)



SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

Nama : Ibadurrohman Auliya Ul Haq

NIM : 17414404

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul :Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Akun Youtube (Studi di Toko *Online* Ibad Rahman *Digital Store*)
Nama :Ibadurrohman Auliya Ul Haq
N I M :17414404
Tempat , Tanggal Lahir :Magetan, 18 Desember 1995
Program Studi :Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk menyusun skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 31 Januari 2023

Pembimbing 1



Naning Kristiyana,SE.,MM
NIDN.0721117501

Pembimbing 2



Fery Setiawan,SE.,MM
NIDN.0720128904

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsosno,SE.,M.Si.
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji

Ketua



(Naning Kristivana,SE.,MM)
NIDN.0721117501

Sekretaris



(Siti Chamidah,SE.,MM)
NIDN.0019057101

Anggota



(Titis Purwaningrum,SE.,M.MA)
NIDN.0704047001

RINGKASAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA & KEPERCAYAAN KONSUMEN

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AKUN YOUTUBE

(Studi di Toko *Online Ibad Rahman Digital Store*)

Ibadurrohman Auliya Ul Haq

Karena bisnis online sangat kompetitif, semua toko *online* perlu menyusun strategi bagaimana konsumen akan membeli dari mereka daripada dari toko lain. Untuk mencapai hal ini, toko *online* harus meneliti dan mempertimbangkan keputusan pembelian konsumen. Tujuan dari penelitian ini yaitu guna mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga & Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Akun Youtube (Studi di Toko *Online Ibad Rahman Digital Store*).

Sampel merupakan konsumen yang melakukan pembelian, dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan sampel sebanyak 100 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 22. Penelitian ini menghasilkan uji parsial (t) adalah sebagai berikut Kualitas Produk (X1) = 0,001, Harga (X2) = 0,014, dan Kepuasan Konsumen (X3) = 0,008.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga dapat terselesaikannya skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk, Harga & Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Akun Youtube (Studi di Toko *Online Ibad Rahman Digital Store*)**” sebagai salah satu persyaratan akademis dalam rangka menyelesaikan program sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam skripsi ini dijabarkan analisa mengenai variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kepercayaan Konsumen (X3), terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sehingga nantinya dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan untuk peningkatan pada Toko *Online Ibad Rahman Digital Store*.

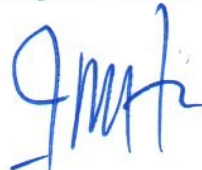
Keberhasilan skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu saya ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr.Hadi Sumarsono, SE., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untk memberikan bimbingan, petunjuk, bantuan dan koreksi serta saran hingga dapat terselesikannya skripsi ini.
3. Bapak Fery Setiawan, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, bantuan dan koreksi serta saran hingga dapat terselesikannya skripsi ini.

4. Bapak dan ibu dosen serta karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang senantiasa memberikan saran dan membantu dalam segala kebutuhan administrasi.
5. Kedua orang tua saya yang saya hormati dan sayangi, yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil. Sangat besar harapan peneliti untuk bisa membanggakan dan membahagiakan beliau.
6. Seluruh rekan S1 Manajemen & Akuntansi angkatan 2017 yang sudah membantu dan mendoakan agar skripsi dapat diselesaikan dengan baik.

Semoga Allah SWT memberikan balasan pahala atas segala amal yang telah diberikan dan semoga skripsi ini berguna baik bagi diri saya sendiri maupun bagi pihak lain yang memanfaatkannya.

Ponorogo, 31 Januari 2023



Ibadurrohman Auliya Ul Haq
NIM.17414404

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis disuatu institusi pendidikan dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 31 Januari 2023



Ibadurrohman Auliya Ul Haq
NIM.17414404

MOTTO

Find your passion you will get direction

-Ibad Rahman-



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
RINGKASAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENULISAN	vii
MOTTO.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1. Tujuan Penelitian	4
2. Manfaat Penelitian	5
BAB II.....	6
A. Tinjauan Pustaka.....	6
1. Manajemen	6
2. Pemasaran.....	6
3. Pemasaran <i>Online</i>	7
4. <i>E-Commerce</i>	8
5. Keputusan Pembelian (Y)	10
6. Kualitas Produk (X1)	13
7. Harga (X2).....	15
8. Kepercayaan Konsumen (X3)	18
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Pemikiran.....	23
D. Hipotesis	24
BAB III.....	28
METODE PENELITIAN	28
A. Ruang Lingkup Penelitian	28
B. Populasi dan Sampel	28

1. Populasi	28
2. Sampel.....	28
C. Metode Pengambilan Data	29
1. Sumber Data	29
2. Teknik Pengambilan Data	30
D. Definisi Operasional Variabel	31
1. Variabel Independen	31
2. Variabel Dependen.....	32
E. Metode Analisis Data.....	32
1. Uji Instrumen.....	32
2. Teknik Analisi Data	34
3. Uji Hipotesis.....	36
BAB IV.....	38
HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil Penelitian.....	38
1. Gambaran Umum Perusahaan	38
2. Gambaran Umum Responden.....	39
3. Deskripsi Variabel Penelitian	41
4. Uji Instrumen.....	47
5. Analisis Data.....	50
6. Uji Hipotesis.....	53
B. Pembahasan	58
BAB V.....	64
KESIMPULAN DAN SARAN	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
DAFTAR LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 2. Skala Likert.....	30
Tabel 3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 5. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 6. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	41
Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (X1)	42
Tabel 8. Tanggapan Responden Terhadap Harga (X2).....	43
Tabel 9. Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Konsumen (X3)	45
Tabel 10. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 11. Hasil Pengujian Validitas.....	48
Tabel 12. Hasil Uji Realibilitas.....	49
Tabel 13. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 14. Koefisien Determinasi (R^2).....	53
Tabel 15. Hasil Uji t.....	54
Tabel 16. Hasil Uji F.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 2. Daerah Penolakan H01 dan Penerimaan Ha1	54
Gambar 3. Daerah Penolakan H02 dan Penerimaan Ha2	55
Gambar 4. Daerah Penolakan H03 dan Penerimaan Ha3	56
Gambar 5. Daerah Penolakan H04 dan Penerimaan Ha4	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisoner Penelitian	70
Lampiran 2. Tabulasi Data	76
Lampiran 3. Identitas Responden	80
Lampiran 4. Karakteristik Konsumen	83
Lampiran 5. Jawaban Responden	84
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas	88
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas	91
Lampiran 8. Hasil Analisis Data	92
Lampiran 9. Hasil Uji Hipotesis	93
Lampiran 10. Distribusi Nilai r Tabel	94
Lampiran 11. Distribusi Nilai t Tabel	97
Lampiran 12. Distribusi Nilai F Tabel	99
Lampiran 13. Berita Acara	101

