

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, KEPERCAYAAN KONSUMEN,
BRAND IMAGE, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE SHOPEE***

TUGAS AKHIR

MIFTA SAFIRANI

193402516015



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2023

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, KEPERCAYAAN KONSUMEN,
BRAND IMAGE, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE SHOPEE***

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh :

MIFTA SAFIRANI

193402516015



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS NASIONAL

JAKARTA

2023

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, KEPERCAYAAN KONSUMEN, *BRAND IMAGE*, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE SHOPEE*

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis diperguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis .

Depok, 30 Januari 2023



MIFTA SAFIRANI

NPM : 193402516015

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*,
KEPERCAYAAN KONSUMEN, *BRAND IMAGE*,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE SHOPEE***

Nama Mahasiswa : **MIFTA SAFIRANI**

Nomor Pokok : **193402516015**

Program Studi : **MANAJEMEN**



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si)

Depok, 23 November 2022

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS WEBSITE, KEPERCAYAAN KONSUMEN, BRAND IMAGE, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE**

Nama Mahasiswa : **MIFTA SAFIRANI**

Nomor Pokok : **193402516015**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Mengesahkan

Penguji,

Pembimbing/Penguji,



(Dr. Muhani, SE.,M.Si.M.)

Ketua Penguji,

Anggota/Penguji



(Dr. Irma Setyawati S, SE.,MM.)



(Dr. Sugito Efendi, S.E.,M.Si.)

Mengetahui

Dekan,



(Kumba Digidowiseiso, SE., M.App.Ec., Ph.D)

Jakarta,

Tanggal Lulus, 2023

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, KEPERCAYAAN KONSUMEN, *BRAND IMAGE*, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE SHOPEEE*

Oleh :

Mifta Safirani

NPM : 193402516015

Tugas Akhir dibawah bimbingan Ibu Dr. Muhani, SE.,M.Si.M.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas *website*, kepercayaan konsumen, *brand image*, dan promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee. Pada hasil penelitian ini menggunakan data primer berupa kuisioner yang telah didistribusikan pada 100 masyarakat dengan metode analisis deskriptif dan inferensial pada software SPSS (*Statistical Package for Social Science*) 26 version 32 dan Ms. Office Excel dan data sekunder berupa deskripsi perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas *website* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee, variabel kepercayaan konsumen tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee, variabel *brand image* tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee, dan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee. Variabel kualitas *website* adalah variabel yang memiliki kontribusi paling besar dalam meningkatkan keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee.

Kata kunci : keputusan pembelian, kualitas *website*, kepercayaan konsumen, *brand image*, promosi, *e-commerce*, Shopee

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF WEBSITE QUALITY, CONSUMER TRUST, BRAND IMAGE, AND PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS AT SHOPEE E-COMMERCE

By :

Mifta Safirani

NPM : 193402516015

Final Project under the guidance of Mrs. Dr. Muhani, SE., M.Si.M.

This study aims to determine and analyze the effect of website quality, consumer trust, brand image, and promotions partially on purchasing decisions at e-commerce shopee. The results of this study used primary data in the form of questionnaires which were distributed to 100 people using descriptive and inferential analysis methods on SPSS (Statistical Package for Social Science) 26 version 32 and Ms. Office Excel and secondary data in the form of company descriptions. The results of this study indicate that the website quality variable has a positive and significant effect on the purchase decision variable on e-commerce shopee, the consumer trust variable has no effect on the purchase decision variable on e-commerce shopee, the brand image variable has no effect on the purchase decision variable on e-commerce shopee, and promotion variables have a positive and significant effect on purchasing decision variables on e-commerce shopee. The website quality variable is the variable that has the greatest contribution in increasing purchasing decisions at Shopee e-commerce.

Keywords: purchase decision, website quality, consumer trust, brand image, promotion, e-commerce, Shopee

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

1. Nama : Mifta Safirani
2. Tempat, tanggal lahir : Depok, 11 Mei 2001
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Jl. Margonda Raya, Gg. Kedondong RT.04
RW.16 No.67 Kemiri Muka, Beji, Depok
5. No.Handphone : 089602299695
6. Status : Mahasiswa
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : safiranimifta11@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2006 – 2007 : TK Alqudariyah
2. 2007 - 2013 : SDN Beji Timur 2
3. 2013 – 2016 : SMP Taufiqurrahman
4. 2017 – 2019 : SMA Perintis Depok

Depok, 30 Januari 2023



Mifta Safirani
193402516015

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul “ Pengaruh kualitas *website*, kepercayaan konsumen, *brand image*, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee “ dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penyusunan tugas akhir ini penulis tentunya mengalami hambatan baik yang bersifat teknis maupun yang lainnya. Namun berkat dukungan, kerjasama, dorongan semangat dan bantuan dari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan kerendahan, rasa kasih sayang penulis, dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. EL Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Muhani, SE.,M.Si.M. selaku dosen pembimbing penulis yang penulis hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
5. Kepada Kepada seluruh anggota Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya dan tanpa mengurangi rasa hormat serta terima kasih banyakyang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama menjalaniperkuliahan hingga akhir saat ini.

6. Staff Administrasi, serta Sekretariat dan Staff Perpustakaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang turut serta membantu dalam kelancaran penyusunan tugas akhir ini.
7. Kepada Kedua Orang Tua tercinta yaitu Bapak Mamun serta Ibu yaitu Maysuroh yang sudah mendukung, dan memberikan kasih sayangnya, serta mendoakan untuk kelancaran tugas akhir ini serta memberikan fasilitas yang telah di berikan selama ini sehingga membuat penulis diberikan kemudahan untuk menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.
8. Kepada Kakak tersayang yaitu Abdul Rahman yang sudah mensupport penulis dan memberikan kasih sayang serta doa yang tulus kepada penulis.
9. Kepada keponakan penulis Fariz Zulfahmi yang sudah membantu dalam kelancaran penyusunan tugas akhir ini.
10. Kepada para sahabat penulis Adinda Ceysa Ramadhanti, Zhalma Syafitri, Ilma Fitria, Farhana Najmi, Herlina serta teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam berbagai hal serta terima kasih juga atas kebersamaan kalian semua selama masa perkuliahan di Universitas Nasional.

Semoga segala kebaikan dari seluruh pihak yang sudah membantu, mendapatkan balasan dari Allah Subhanahu WaTa'Ala. Penulis menyadari mungkin tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, disebabkan oleh karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Akhir kata penulis sangat mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak. Penulis juga berharap semoga pada tugas akhir ini dapat bermanfaat kepada seluruh pihak yang membutuhkan

Depok, 30 Januari 2023



Mifta Safirani
193402516015

DAFTAR ISI

COVER LUAR	
COVER DALAM	
LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
<i>ABSTRACT</i>	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Manajemen Pemasaran.....	7
B. Strategi Pemasaran	7
C. Bauran Pemasaran	7
D. Teori Perilaku Konsumen	8
E. Keputusan Pembelian	10
F. Kualitas <i>Website</i>	11
G. Kepercayaan Konsumen.....	14
H. <i>Brand Image</i>	15
I. Promosi	16
J. Hasil Penelitian Sebagai Rujukan	18
K. Keterkaitan Antar Variabel	21
L. Kerangka Analisis.....	22
M. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Objek Penelitian	25
B. Data Penelitian.....	25
C. Definisi Operasional Variabel	28

D. Metode Analisis Dan Pengujian Hipotesis.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Hasil Penelitian	34
B. Pembahasan	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
A. Kesimpulan.....	51
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>E – Commerce</i> Paling Sering Dikunjungi	2
Gambar 2.1 Kerangka Analisis	23
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	36



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebagai Rujukan	18
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	28
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	36
Tabel 4.3 Standard Deviation dan Mean Kualitas <i>Website</i>	37
Tabel 4.4 Standard Deviation dan Mean Kepercayaan Konsumen.....	37
Tabel 4.5 Standard Deviation dan Mean <i>Brand Image</i>	38
Tabel 4.6 Standard Deviation dan Mean Promosi	39
Tabel 4.7 Standard Deviation dan Mean Keputusan Pembelian.....	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	42
Tabel 4.12 Hasil Uji Heterokedastisitas	43
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	44
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	45
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (Uji R^2).....	45
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Responden	56
Lampiran 2 Data Tabulasi	60
Lampiran 3 Hasil Output Penelitian SPSS Versi 23	72
Lampiran 4 Tabel r	77
Lampiran 5 Tabel Durbin Watson (DW)	78
Lampiran 6 Tabel F	89
Lampiran 7 Tabel t	80

