

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS WEBSITE, DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA PERUSAHAAN *E-COMMERCE* TOKOPEDIA**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Ekonomi Manajemen Universitas Bakrie**



**MONICA THERESIA RIKIN  
1161901048**


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2018**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Monica Theresia Rikin**

**NIM : 1161901048**

**Tanda Tangan :** 

**Tanggal : Jakarta, 27 Agustus 2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

---

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Monica Theresia Rikin

NIM : 1161901048

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan E-Commerce Tokopedia

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu sosial, Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D

Penguji 1 : Dominica Arni Widyastuti, S.,MM

Penguji 2 : Dr. Dudi Rudianto, SE, M.Si.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 27 Agustus 2018

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan *E-Commerce* Tokopedia”**. Tugas akhir ini disusun penulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Bakrie. Melalui kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, mendukung, dan membimbing baik secara langsung maupun tidak secara langsung sehingga terselesaikannya tugas akhir ini.

1. Kepada Bapak Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D. sebagai Dosen Pembimbing yang telah banyak membimbing, mengarahkan, serta meluangkan waktunya untuk saya dalam proses pengerjaan tugas akhir hingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kepada Ibu Dominica Arni Widyastuti, SE.,MM selaku dosen pembahas proposal serta menjadi dosen penguji sidang tugas akhir yang telah menyediakan waktu dan memberikan masukan guna memperbaiki hasil penelitian ini.
3. Kepada Bapak Dr. Dudi Rudianto, SE, M.Si. selaku dosen penguji sidang tugas akhir yang telah menyediakan waktu dan memberikan masukan guna memperbaiki hasil penelitian ini.
4. Kepada Bapak-Bapak dan Ibu-Ibu Dosen Universitas Bakrie baik yang pernah maupun tidak mengajar saya. Terima kasih atas ilmu yang kalian berikan kepada saya, semoga dapat saya pergunakan dengan baik seterusnya.
5. Kepada keluarga tercinta, Mama Yuna Hanum, Papa Maltan Rikin, Kakak Marpolina, Aprisya, Adik Nanda atas dukungan dan doa kalian, serta keponakan Giselle dan Mikhael yang selalu menjadi *“mood booster”* disela-sela pengerjaan tugas akhir ini sehingga saya mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. *I love you so much, finally I did it.*

6. Kepada Abang Reza Adiguna Siagian yang selalu memberikan dukungan waktu, tenaga, dan semangat, kepada Penulis, selalu mendampingi Penulis sejak awal pendaftaran kuliah di Universitas Bakrie, proses perkuliahan, penyusunan Tugas Akhir sampai detik-detik kelulusan. *Thank you for always be my side, Bang.*
7. Kepada “*my sister from another mother*” Kakak Fedribka Luas, yang sangat membantu dalam proses pengerjaan tugas akhir ini, memberikan masukan yang positif, arahan, dukungan waktu, tenaga, dan pikiran sehingga Tugas Akhir ini bisa terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. *Thank you so much, sister.*
8. Kepada Pasukan Bebek tersayang, yang selalu menjadi pelipur lara dikala Penulis menghadapi kejenuhan kuliah disela waktu bekerja, memberikan dukungan, semangat supaya Penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir dan proses perkuliahan dengan baik. Terima kasih untuk *surprised*-nya, *girls! I'm so blessed to have “pasukan bebek” like you all. Thank you Mba Ria, Caca, Intan, Gaby, Mba Endang, Rere, Vita, Martha, Ina dan Fera*
9. Kepada teman-teman seperjuangan dalam proses belajar di Universitas Bakrie dan proses pengerjaan tugas akhir Irma Tri Ambarwati, Alifa Handriani, Nadira, Tiara Ronaya, Yasir, Omar, Fuad yang senantiasa memberikan dorongan dan semangat. *Thank you for the last 1.5 years together, guys.*
10. Dan kepada seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, saya ucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya.

Akhir kata, penulis berharap agar kiranya tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 27 Agustus 2018

**Monica Theresia Rikin**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Monica Theresia Rikin  
NIM : 1161901048  
Program Studi : SI Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

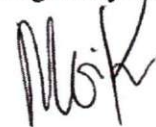
### **Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan E-Commerce Tokopedia**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 27 Agustus 2018

Yang menyatakan,



**(Monica Theresia Rikin)**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS WEBSITE, DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PERUSAHAAN *E-COMMERCE* TOKOPEDIA**

Monica Theresia Rikin

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisa apakah persepsi harga, kualitas website dan kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian melalui Tokopedia minimal sebanyak 2 (dua) kali selama 6 (enam) bulan terakhir. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 pelanggan pengguna website. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan ketiga variabel harga, kualitas website, dan kepercayaan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada website Tokopedia. Secara parsial, harga dan kepercayaan berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian secara online pada Tokopedia. Sedangkan faktor kualitas website tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia.

***Kata kunci: Persepsi Harga, Kualitas Website, Kepercayaan, Keputusan Pembelian***

## ABSTRACT

This research aims to analyze whether the price perception, the quality of website and trust of customers had an influence of the decision of the purchase by tokopedia. Population in this research is the customer who had practiced the purchase through tokopedia at least 2 (two) times in the last 6 (six) months. This research took samples from 100 website users. The method of analysis used in this research was linear regression multiple after undergone a validity and reliability. The result showed third variable prices, the quality of website, and trust simultaneously have leverage of the decision to buy at the Tokopedia website. In partial, prices and trust significantly influenced positively to purchase online decision on tokopedia. While the quality of the website has no significant impact of the decision of the purchase by Tokopedia.

***Keyword: Price Perception, Website Quality, Trust, Decision of Purchase***



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>7</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>8</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>8</b>
<b>1.4.1 Manfaat Teoritis</b> .....	<b>8</b>
<b>1.4.2 Manfaat Praktis</b> .....	<b>8</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
<b>2.1 Harga</b> .....	<b>10</b>
<b>2.2 Kualitas Website</b> .....	<b>11</b>
<b>2.3 Kepercayaan</b> .....	<b>14</b>
<b>2.4 Keputusan Pembelian</b> .....	<b>16</b>
<b>2.5 E-Commerce</b> .....	<b>18</b>
<b>2.6 Penelitaian Terdahulu</b> .....	<b>18</b>
<b>2.7 Kerangka Pemikiran</b> .....	<b>20</b>
<b>2.8 Hipotesis</b> .....	<b>21</b>
<b>2.8.1 Pengembangan Hipotesis</b> .....	<b>22</b>
<b>2.8.1.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian</b> .....	<b>22</b>
<b>2.8.1.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian</b> .....	<b>22</b>
<b>2.8.1.3 Pengaruh Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian</b> .....	<b>23</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
<b>3.1 Objek Penelitian</b> .....	<b>25</b>
<b>3.2 Jenis Data</b> .....	<b>25</b>
<b>3.3 Sumber Data</b> .....	<b>26</b>
<b>3.4 Populasi dan Sampel</b> .....	<b>26</b>
<b>3.5 Metode Pengumpulan Data</b> .....	<b>28</b>
<b>3.6 Operasional Variabel</b> .....	<b>29</b>

3.7 Teknik dan Analisis Data .....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Profil Tokopedia .....	35
4.2 Karakteristik Responden .....	37
4.3 Analisis Deskriptif .....	39
4.4 Pembahasan .....	53
<b>BAB V HASIL KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	58
5.2 Saran .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

**DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 1.1 Data Penetrasi Pengguna Internet.....</b>	<b>2</b>
<b>Gambar 1.2 Data Pertumbuhan Pengguna Internet .....</b>	<b>2</b>
<b>Gambar 2.1 Kerangka Teori .....</b>	<b>20</b>
<b>Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>21</b>
<b>Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....</b>	<b>49</b>
<b>Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....</b>	<b>49</b>

**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 2.1 WebQual 4.0 .....</b>	<b>13</b>
<b>Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>18</b>
<b>Tabel 3.1 Operasional Variabel .....</b>	<b>29</b>
<b>Tabel 4.1 Jenis Produk .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 4.2 Karakteristik Responden .....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas 30 Responden.....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas 100 Responden.....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4.6 Model Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>50</b>

**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....</b>	<b>65</b>
<b>Lampiran 2 Hasil Kuesioner Reponden .....</b>	<b>68</b>
<b>Lampiran 2 Hasil Kuesioner Reponden .....</b>	<b>70</b>