

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, KUALITAS INFORMASI DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
SECARA ONLINE**

*THE EFFECT OF TRUST, EASE OF USE, QUALITY OF INFORMATION AND  
PRICE PERCEPTION ON DECISION BUYING  
CONSUMER OF ONLINE*

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



**Oleh:**

**INDIRA AULIA CEZARAHADIAN**

**20140410025**

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2018**

## MOTTO

“sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari satu urusan) maka kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada allah hendaknya kamu berharap”

berangkat dengan penuh keyakinan

berjalan dengan penuh keiklasan

bersabar dalam menghadapi cobaan

bagi ku keberhasilan bukan di nilai melalui hasil nya tetapi lihatlah proses dan kerja kerasnya, tanpa adanya proses dan kerja keras maka keberhasilan tidak mempunyai nilai yang berarti dan jika kamu takut melangkah, lihatlah bagaimana seorang bayi yang mencoba berjalan. niscaya akan kau temukan, bahwa manusia pasti akan jatuh. hanya manusia terbaik lah yang mampu bangkit dari ke jatuhnya.

kontruksi kehidupan di bangun dengan keyakinan, di perkuat dengan gerakan, di indahkan dengan mimpi demi menuju kesempurnaan.

jadi pemimpi itu menyenangkan, tapi lebih menyenangkan lagi menyiapkan calon pemimpi untuk hari esok.

“kesalahan bukan kegagalan tapi bukti bahwa seseorang sudah melakukan sesuatu”

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan karuniaNya dan atas dukungan serta do'a dari orang – orang tersayang, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa bangga saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Untuk Kedua Orangtuaku mereka adalah Orang yang Hebat,orang yang paling penting dan paling saya sayangi. Terimakasih telah memberikan dukungan moril maupun materiil, serta do'a yang tak pernah lupa selalu dipanjatkan untuk keberhasilan saya. Tanpa mereka saya bukanlah apa-apa. Kata terimakasih tidaklah cukup untuk membalas semua pengorbanan serta jasamu. Panjang Umur, Dilancarkan Rezekinya, Sehat dan Bahagia selalu ya Pah,Mah. Terimalah hal kecil ini sebagai bukti dan langkah awal menuju kesuksesan saya kedepannya.
2. Untuk adikku tersayang, Gading dan Neno yang telah memberikan semangat, dukungan, motivasi dan menjadi tempat keluh kesahku. Terimakasih telah menjadi adik terbaik selama ini.
3. Keluarga Besar Tedjodjawatan dan JB Soehardi terimakasih sudah mensupport saya selama ini.
4. Untuk teman-temanku yang tidak bisa aku sebutkan satu-persatu. Aku sayang kalian semua.

Terimakasih banyak untuk semuanya yang telah berperan dalam perjalanan ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

## INTISARI

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen secara *online*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dilakukan dengan survei. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode angket (kuisisioner). Sampel penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang pernah melakukan transaksi secara *online* minimal 2x (kali) dalam 5 bulan terakhir. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 responden. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, dengan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis Regresi linear berganda, uji F & uji t.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa secara signifikan variabel kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi dan persepsi harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara *online* sedangkan kepercayaan, kualitas informasi dan persepsi harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian dan kemudahan Tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online*

**Kata kunci:** kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi, persepsi harga dan keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

*This study was conducted to determine the effect of trust, ease of use, quality of information and price perception on decision buying consumer of online. This research uses quantitative approach which is done by survey. data collection techniques used in this study by questionnaire method (questionnaire). The sample of this research is a student Muhammadiyah University of Yogyakarta students who have done online transaction at least 2x (times) in the last 5 months. The number of samples in this study as many as 96 respondents. Sampling technique used is non probability sampling, with purposive sampling method. Analytical tool in the study using multiple linear regression analysis, uji f and uji t*

*Based on the results of the analysis and discussion, it can be concluded that significantly the variables of trust, ease, quality of information and price perceptions can influence online purchasing decisions while trust, information quality and price perceptions have a significant positive effect on purchasing decisions and ease No effect on purchasing decisions by online*

**Keywords:** *trust, ease of use, quality of information, Price Perception and purchasing decisions*

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen secara *Online*”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Jenjang strata 1 (S1) jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada :

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bapak Dr. Rizal Yaya S.E., M.Sc., AK, CA yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Ibu Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi dan penelitian di jurusan Manajemen.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, S.E., M.M. selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan memberikan masukan dengan sabar, tulus, ikhlas selama penulis menyelesaikan karya tulis ini.

4. Kedua Orangtuaku serta saudara – saudaraku yang senantiasa memberikan dukungan dan do'a tiada henti kepada penulis hingga menyelesaikan studi ini.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari adanya kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, diharapkan kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 27 April 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI .....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
INTISARI .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
<b>BAB IPENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB IITINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
A. Kerangka Teori.....	10
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	13
C. Penurunan Hipotesis .....	16
D. Model Penelitian .....	19
<b>BAB IIIMETODE PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
A. Paradigma Penelitian .....	20
B. Subjek Penelitian .....	21
C. Objek Penelitian .....	21
D. Teknik Pengambilan Sampel .....	23
E. Teknik Pengumpulan Data .....	23
F. Definisi Operasional Variabel .....	25



<b>G. Pengujian Kualitas Instrumen .....</b>	<b>23</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>25</b>
<b>A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....</b>	<b>30</b>
<b>B. Uji Kualitas Instrumen .....</b>	<b>30</b>
<b>C. Hasil Uji Hipotesis .....</b>	<b>35</b>
<b>D. Pembahasan .....</b>	<b>45</b>
<b>BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....</b>	<b>50</b>
<b>A. Simpulan.....</b>	<b>55</b>
<b>B. Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>58</b>
<b>C. Saran.....</b>	<b>58</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1</b>	<b>Tabel Pengguna Internet Indonesia nomor 6 di dunia .....</b>	<b>2</b>
<b>Tabel 3. 1</b>	<b>Tabel Instrumen Skala Likert.....</b>	<b>25</b>
<b>Tabel 3. 2</b>	<b>Tabel Anova .....</b>	<b>28</b>
<b>Tabel 4. 1</b>	<b>Tabel Tingkat Pengembalian Kuisisioner Penelitian .....</b>	<b>32</b>
<b>Tabel 4. 2</b>	<b>Tabel Hasil Olah Data Krakteristik Responden .....</b>	<b>33</b>
<b>Tabel 4. 3</b>	<b>Tabel Validitas Kepercayaan .....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 4. 4</b>	<b>Tabel Validitas Kemudahan.....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 4. 5</b>	<b>Tabel Validitas Kualitas Informasi .....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 4. 6</b>	<b>Tabel Validitas Persepsi Harga.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 4. 7</b>	<b>Tabel Validitas Keputusan Pembelian Secara Online .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel 4. 8</b>	<b>Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 4. 9</b>	<b>Tabel Statistik Variabel Kepercayaan .....</b>	<b>41</b>
<b>Tabel 4. 10</b>	<b>Tabel Statistik Variabel Kemudahan.....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 4. 11</b>	<b>Tabel Statistik Variabel Kualitas Informasi.....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 4. 12</b>	<b>Tabel Statistik Variabel Persepsi Harga .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 4. 13</b>	<b>Tabel Statistik Variabel Keputusan Pembelian secara Online .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 4. 14</b>	<b>Tabel Hasil analisis regresi linier berganda .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4. 15</b>	<b>Tabel Anova .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 4. 16</b>	<b>Tabel ringkasan hasil Uji Hipotesis .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 4. 17</b>	<b>Tabel Koefisien Determinasi .....</b>	<b>49</b>

## DAFTAR GRAFIK

<b>Grafik 1.1 Grafik Pengguna Internet Indonesia 2010-2017.....</b>	<b>3</b>
<b>Grafik 4.1 Grafik Statistik Deskriptif .....</b>	<b>40</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 2.1 Gambar Kerangka Penelitian.....</b>	<b>19</b>
---	-----------