

SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA *SOCIAL E-COMMERCE* TIK TOK DI KOTA BANJARMASIN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

HONEY IKE A'ISYAH

NIM : 1610412320020



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

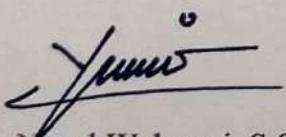
PENGARUH HARGA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA *SOCIAL E-COMMERCE* TIK TOK DI KOTA BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswa : Honey Ike A'isyah
NIM 1610412320020
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji
- a. Pembimbing
Noor Hidayati, S.Sos, M.AB [.....]
NIP. 197805242006042001
 - b. Penguji I
Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB [.....]
NIP. 197511052001122001
 - c. Penguji II
Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB [.....]
NIP. 197604132000121002


Banjarmasin, September 2023

Koordinator

Prodi Administrasi Bisnis



Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

Ketua Pembimbing


Noor Hidayati, S.Sos, M.AB
NIP. 197805242006042001

Mengetahui

Dekan FISIP UNLAM


Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S. Sos, M. Si
NIP. 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Senin tanggal 26 bulan Juni tahun 2023, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 3785/UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 23 Juni 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Honey Ike A'isyah
NIM : 1610412320020
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Social E-Commerce Tik Tok di Kota Banjarmasin
Tempat Ujian : Ruang Sidang 3
Waktu Ujian : 10.00 Wita s.d Selesai
Nilai : 75,66 (B+)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~


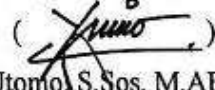

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 26 Juni 2023

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Honey Ike A'isyah

1. Ketua : Noor Hidayati, S.Sos, M.AB
()
2. Sekretaris : Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
()
3. Anggota : Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
()

Mengetahui/membenarkan :
an Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 1952001122001

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah subhanawata'alla yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya, serta shalawat salam kepada Baginda Nabi Besar Muhammad Sholalahualaihi Wassallam, yang tak pernah berhenti memikirkan umatnya, semoga diri ini termasuk didalam umatmu Ya Rasulallah dan mendapat syafaat Mu kelak. Atas kodirat dan iradatMu jualah Ya Rabb, peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada *Social E-Commerce* Tik Tok di Kota Banjarmasin.” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Dalam penyelesaian skripsi ini banyak dibantu oleh berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan diri penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E, M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, sekaligus selaku Dosen Penguji I Skripsi yang telah memberikan saran dan bimbingan selama penyusunan Skripsi sehingga dapat terselesaikan.

4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB selaku Sekretaris Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, sekaligus selaku Dosen Pembimbing skripsi yang sudah memberikan masukan, saran, nasehat, dan dukungan kepada penulis sejak awal pembuatan skripsi sampai terselesaikannya Skripsi ini.
5. Bapak M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti selama menempuh kuliah.
6. Bapak Dr. Setio Utomo S.Sos M.AB selaku Dosen Penguji II Skripsi yang telah memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun pemikiran penulis dalam Skripsi ini sehingga bisa menjadi lebih baik.
7. Seluruh Dosen Pengajar Program Studi Administrasi Bisnis yang telah mendidik dan memberikan ilmu-ilmu yang sangat berguna selama perkuliahan.
8. Seluruh staf dan pegawai Program Studi maupun Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu dan melayani dengan baik.
9. Kepada kedua orang tua penulis yang selalu mendukung, membantu dan mendo'akan untuk penyelesaian Skripsi ini.
10. Teman-teman dan sahabat penulis yang selalu memberi semangat untuk penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini, masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Banjarmasin, september 2023

Penulis

LEMBAR PERSEMBAHAN

“ bahkan ketika kita sedang melalui masa-masa sulit dan menjadi sandera kehidupan,
aku berharap kita tetap tersenyum dan terus berlari kedepan”

-RMBTS-

Untuk yang pertama Skripsi ini ku persembahkan kepada orang tuaku bapak Suwandi dan ibu Insaroh tercinta. Terimakasih atas dukungan semangat dan doa yang selalu kalian panjatkan dan terimakasih juga atas sokongan dana yang selama ini kalian berikan kepadaku untuk menyelesaikan perkuliahan ini.

Kepada pakpoh dan bude yang sudah menjagaku dan membantuku dan tetap mensupport secara moril dan material sehingga aku bisa menyelesaikan perkuliahan ini meskipun tidak tepat waktu.

Dan yang utama ku persembahkan hasil skripsi ini kepada diriku sendiri yang sudah mau memilih untuk tetap berjuang dan bertahan untuk menyelesaikan penelitian ilmiah ini meski ada beberapa drama selama perjalanan menyelesaikan perkuliahan ini.

Untuk sahabat sahabatku anggota QUEEN (Lestari Puji Ningtias, Nadya Meidy Joeaswari, Nadya Eka Ermida, Nindiasari dan Nur Melinda Hastuti) Terimakasih sudah mau menganal dan berteman dekat denganku di tanah perantauan ini, terimakasih banyak untuk uluran tangan kalian dan keluarga kalian juga yang sudah aku anggap seperti keluargaku sendiri. Terimakasih untuk omelan dan nasihat yang selalu kalian utarakan kepadaku dan terimakasih sudah menjadi tempat keluh kesahku menghadapi banyak drama kehidupan selama ini dan maaf sudah sangat merepotkan kalian, terimakasih banyak juga untuk waktu dan tenaga yang selama ini kalian habiskan bersamaku dari awal perkuliahan sampai detik ini. Aku hanya bisa berdoa dan berharap bertemanan kita tidak sampai disini saja meski sekarang kita dipisahkan oleh jarak dan kesibukan masing-masing namun aku juga berharap semoga Tuhan selalu melindungi kalian dan keluarga dimanapun kalian berada sekarang.

Kepada temanku (Tias, Imah, Devi dan Nida) terimakasih sudah bersama sama berjuang untuk menyelesaikan tugas akhir kita ini. Semoga kalian selalu dilindungi Allah SWT dimanapun berada dan sukses selaludengankarir dankehidupanyang kalian pilih nanti.

Yang terakhir untuk anggota boy band korea BTS (KimNamjoon, KimSeokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook) Terimakasih banyak sudah menciptakan dan menyanyikan musik yang sangat indah dan sangat membantu menstabilkan emosi dan menjaga mentalku tetap baik selama ini terutama saat menyelesaikan skripsi ini. Meskipun aku belum pernah bertemu langsung dengan kalian tapi terimakasih sudah hadir di dunia ini dan memberi warna dalam hidupku.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis skripsi saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik diperguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah dipublikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, September 2023
Yang membuat pernyataan,

Honey Ike A'isyah
NIM:1610412320020

ABSTRAK

Honey Ike A'isyah 1610412320020, 2023, Pengaruh Harga dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada *Social E-Commerce* Tik Tok di Kota Banjarmasin. Dibimbing oleh Noor Hidayati.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji secara parsial dan simultan pengaruh Harga dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada *Social E-Commerce* Tik Tok di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, desain penelitian ini adalah asosiatif. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, sehingga diperoleh 140 responden yang dijadikan sampel penelitian yang menggunakan rumus Ferdinand dengan jumlah minimum sampel 110. Data yang digunakan diambil dari kuesioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) nilai sig X1 sebesar $0,000 < 0,05$, maka Terdapat pengaruh signifikan secara parsial Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada *Social E-Commerce* Tik Tok di Kota Banjarmasin, (2) nilai sig X2 sebesar $0,000 < 0,05$, maka Terdapat pengaruh signifikan secara parsial Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada *Social E-Commerce* Tik Tok di Kota Banjarmasin, (3) nilai sig pada uji simultan sebesar $0,000 < 0,05$, maka Terdapat pengaruh signifikan secara simultan Harga dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada *Social E-Commerce* Tik Tok di Kota Banjarmasin.

Kata Kunci : Harga, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Honey Ike A'isyah 1610412320020, 2023, The Influence of Price and Consumer Trust on Product Purchasing Decisions on Social E-Commerce Tik Tok in Banjarmasin City. Supervised by Noor Hidayati.

This study aims to determine and test partially and simultaneously the effect of Price and Consumer Trust on Product Purchase Decisions on Social E-Commerce Tik Tok in Banjarmasin City.

This research is a quantitative research, this research design is associative. Sampling in this study used a purposive sampling technique, in order to obtain 140 respondents who were used as research samples using the Ferdinand formula with a minimum number of samples of 110. The data used was taken from a questionnaire. Data analysis using multiple linear regression analysis.

The results showed that (1) the sig X1 value was $0.000 < 0.05$, so there was a partial significant effect on Price on Product Purchasing Decisions on Social E-Commerce Tik Tok in Banjarmasin City, (2) sig X2 value was $0.000 < 0, 05$, then there is a partial significant effect on Consumer Trust on Product Purchasing Decisions on Social E-Commerce Tik Tok in the City of Banjarmasin, (3) the sig value on the simultaneous test is $0.000 < 0.05$, then there is a simultaneous significant effect on Price and Consumer Trust Against Product Purchasing Decisions on Social E-Commerce Tik Tok in the City of Banjarmasin.

Keywords: *Price, Consumer Confidence, Purchase Decision.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	13
Tujuan Penelitian	14
Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
Tinjauan Teori.....	16
Pemasaran	16
Pengertian Pemasaran.....	16
Bauran Pemasaran	17
Harga	18
Pengertian Harga	18
Strategi Penetapan Harga.....	20
Tujuan Penetapan Harga.....	21
Indikator Harga	22
Perilaku Konsumen	23
<i>E-Commerce</i>	25
Pengertian <i>E-Commerce</i>	25
Model <i>E-Commerce</i>	26
Kepercayaan Konsumen	28
Pengertian Kepercayaan Konsumen.....	28
Karakteristik Kepercayaan Konsumen	29
Jenis Kepercayaan Konsumen.....	30
Indikator Kepercayaan Konsumen	31
Keputusan Pembelian	32
Pengertian Keputusan Pembelian.....	32
Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	34
Proses Keputusan Pembelian	36
Indikator Keputusan Pembelian	37

Penelitian Terdahulu	39
Hipotesis dan Model Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN	49
Pendekatan Penelitian	49
Tipe Penelitian	49
Lokasi Penelitian.....	49
Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling	49
Populasi.....	49
Besar Sampel.....	50
Teknik Sampling	50
Definisi Operasional Variabel	51
Variabel Bebas (Independen).....	51
Variabel Terikat (Dependen)	53
Jenis Data.....	55
Teknik Pengumpulan Data	55
Teknik Pengumpulan Skor	56
Uji Validitas dan Reliabilitas	56
Uji Validitas	56
Uji Reliabilitas	57
Teknik Analisis Data.....	58
Analisis Statistik Deskriptif	58
Uji Asumsi Klasik	59
Uji Normalitas.....	59
Uji Multikolinieritas	59
Uji Heteroskedastisitas	60
Uji Autokorelasi	61
Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
Alat Uji Hipotesis.....	62
Uji Parsial (Uji t).....	62
Uji Simultan (Uji F)	62
Koefisien Determinasi (R^2).....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	65
Profil Responden.....	65
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	68
Hasil Uji Validitas	68
Hasil Uji Reliabilitas	69
Deskriptif Statistik	70
Hasil Uji Asumsi Klasik.....	80
Hasil Uji Normalitas	80
Hasil Uji Multikolinieritas	81
Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
Hasil Uji Autokorelasi	83
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	84

Hasil Pengujian Hipotesis.....	85
Hasil Uji Parsial (Uji t)	85
Hasil Uji Simultan (Uji F).....	86
Pengujian Koefisien Determinasi (R)	87
BAB V PEMBAHASAN HASIL	89
Interpretasi Hasil	89
Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	89
Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	89
Pengaruh Harga dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	90
Implikasi Hasil	91
Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	91
Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	92
Pengaruh Harga dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	94
Keterbatasan Penelitian	95
BAB VI PENUTUP	96
Kesimpulan.....	96
Saran.....	96
Saran Akademis	96
Saran Praktis	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
Biodata Peneliti	

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
Tabel 1.1	Pengguna Tik Tok di Banjarmasin.....	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	54
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	56
Tabel 3.3	Kriteria Koefisien Reliabilitas	58
Tabel 3.4	Rentang Kategori Jawaban Responden	58
Tabel 3.5	Intrerpertasi Koefisien Korelasi.....	64
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	65
Tabel 4.2	Usia Responden	65
Tabel 4.3	Pendidikan Terakhir Responden.....	66
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden	67
Tabel 4.5	Pendapatan Responden.....	68
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas.....	68
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.8	Deskriptif Statistik Variabel Harga Berdasarkan Indikator Keterjangkauan harga.....	70
Tabel 4.9	Deskriptif Statistik Variabel Harga Berdasarkan Indikator Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk.....	71
Tabel 4.10	Deskriptif Statistik Variabel Harga Berdasarkan Indikator Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	72
Tabel 4.11	Deskriptif Statistik Variabel Harga Berdasarkan Indikator Sesuai Kemampuan atau Daya Saing Harga	73
Tabel 4.12	Deskriptif Statistik Variabel Kepercayaan Konsumen Berdasarkan Indikator <i>Benevolence</i>	74
Tabel 4.13	Deskriptif Statistik Variabel Kepercayaan Konsumen Berdasarkan Indikator <i>Ability</i>	75
Tabel 4.14	Deskriptif Statistik Variabel Kepercayaan Konsumen Berdasarkan Indikator <i>Integrity</i>	75
Tabel 4.15	Deskriptif Statistik Variabel Kepercayaan Konsumen Berdasarkan Indikator <i>Willingness To Depend</i>	76
Tabel 4.16	Deskriptif Statistik Variabel Keputusan Pembelian Berdasarkan Indikator Kemantapan Pada Sebuah Produk	77
Tabel 4.17	Deskriptif Statistik Variabel Keputusan Pembelian Berdasarkan Indikator Kebiasaan Dalam Membeli Produk	78
Tabel 4.18	Deskriptif Statistik Variabel Keputusan Pembelian Berdasarkan Indikator Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain.....	79
Tabel 4.19	Hasil Uji Multikolinieritas	81
Tabel 4.20	Hasil Uji Autokorelasi.....	83

Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi.....	84
Tabel 4.22 Hasil Uji Parsial	85
Tabel 4.23 Hasil Uji Simultan.....	86
Tabel 4.24 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	87

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
Gambar 1.1	Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022).....	3
Gambar 1.2	Perkembangan Transaksi <i>E-Commerce</i> di Indonesia (2018-2022)	4
Gambar 2.1	<i>The four Ps of the marketing mix</i>	17
Gambar 2.2	Proses Keputusan Pembelian.....	36
Gambar 2.3	Model Penelitian.....	48
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas.....	81
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	82
Gambar 4.3	Model Akhir Penelitian	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Kuisisioner
Lampiran 2	Tabulasi Data (Hasil Jawaban Responden)
Lampiran 3	<i>Output SPSS 26</i>
Lampiran 4	<i>R-Table</i>