

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA**  
**E-COMMERCE TOKOPEDIA DI BANJARMASIN**

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

Oleh :  
**DIDIT REZKY**  
**NIM : D1A215038**



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

**2022**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI BANJARMASIN

A. Nama Mahasiswa : Didit Rezky  
NIM : D1A215038

B. Telah Disetujui, Lulus dan Disahkan Sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

C. Tim Penguji:

a. Pembimbing

Rizki Muslim Hidayat, S.AB, M.M  
NIP: 19891207201712104001

 )

b. Penguji I

Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB  
NIP: 197604132000121002

(  )

c. Penguji II

Humaidi, S.AB, M.AB  
NIP: 199304212020121013

(  )

Banjarmasin, 9 Januari 2023

Koordinator  
Prodi Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing



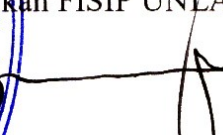
M. Hasanur Arifin S.Sos, M.M  
NIP: 197604142001121003



Rizki Muslim Hidayat, S.AB, M.M  
NIP: 19891207201712104001



Mengetahui  
Dekan FISIP UNLAM

  
Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.SI  
NIP: 1973012219980211001

## ABSTRAK

Didit Rezky, D1A215038, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia Di Banjarmasin dibawah bimbingan Rizki Muslim Hidayat.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisa pengaruh secara parsial dan simultan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Pada E-Commerce Tokopedia Di Banjarmasin.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sampel diambil sebanyak 50 responden yang dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan keputusan pembelian dengan nilai sig. 0.009, kemudian harga secara parsial juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig. 0.000. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan besar pengaruh 0,730 atau sebesar 73%.

**Kata Kunci: kualitas produk, harga, keputusan pembelian**

## **ABSTRACT**

*Didit Rezky, DIA215038, The Influence of Product Quality and Price on Purchase Decisions at Tokopedia E-Commerce in Banjarmasin under the guidance of Rizki Muslim Hidayat.*

*This study aims to examine and analyze the partial and simultaneous effect of product quality and price on purchasing decisions at Tokopedia E-Commerce in Banjarmasin.*

*The research approach used is a quantitative approach. Samples were taken as many as 50 respondents who were selected using purposive sampling technique. Data collection used a questionnaire and data analysis used multiple linear regression analysis using the SPSS 25 program.*

*The results showed that product quality partially had a significant effect on purchasing decisions with a sig. 0.009, then price partially also has a significant influence on purchasing decisions with a sig value. 0.000. Based on the results of this study, it shows that product quality and price simultaneously have a significant positive influence on purchasing decisions with a large influence of 0.730 or 73%.*

***Keywords: product quality, price, purchase decision***

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini, dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia Di Banjarmasin sebagai persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari bahwa penulisan penelitian ini terselesaikan karena adanya bantuan baik secara moril maupun materiel dari berbagai pihak, oleh karena itulah pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak M. Hasanur Ariffin, S.Sos, MM selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Bapak Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM selaku Dosen Pembimbing yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun, mengajari, dan mengarahkan saya dalam memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya.

5. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB selaku Dosen Penguji I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk dapat menilai dan mengarahkan saya, agar saya dapat pelajaran yang tiada ternilai harganya dan menjadi lebih baik.
6. Bapak Humaidi, S.AB, M.AB selaku Dosen Penguji II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk dapat menilai dan mengarahkan saya, agar saya dapat pelajaran yang tiada ternilai harganya dan menjadi lebih baik.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu yang bermanfaat sebagai bekal dalam menjalani kehidupan pada masa yang akan datang serta seluruh Staf Tata Usaha dan Staf Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah membantu kelancaran studi selama saya menuntut ilmu.

Dengan ketulusan hati penulis memanjatkan doa agar segala kebaikan, bantuan, semangat serta bimbingan dan pengetahuan yang diberikan oleh seluruh pihak kepada penulis. Akhir kata saya mempersembahkan karya ilmiah ini untuk kalian orang-orang yang saya cintai dan saya sayangi. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua, dan pembaca yang memerlukannya, amin.

Banjarmasin, Desember 2022

Didit Rezky

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Tinjauan Teori .....	12
2.1.1 Pemasaran.....	12
2.1.2 Kualitas Produk (X1).....	15
2.1.3 Harga (X2).....	20
2.1.4 Keputusan Pembelian (Y).....	22
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	32
2.3.1 Hipotesis .....	32
2.3.2 Model Penelitian .....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Pendekatan Penelitian.....	35
3.2 Desain Penelitian .....	36
3.3 Objek Penelitian .....	36
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling.....	36
3.4.1 Populasi .....	36
3.4.2 Besar Sampel.....	37
3.4.3 Teknik Sampling .....	37
3.5 Definisi Operasional.....	37
3.5.1 Kualitas Produk (X1).....	38
3.5.2 Harga (X2) .....	39
3.5.3 Keputusan Pembelian (Y).....	40
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.7 Teknik Pengumpulan Skor .....	43
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
3.8.1 Uji Validitas.....	43
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.9 Teknik Analisis Data .....	44
3.9.1 Uji Asumsi Klasik .....	44

3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
3.10 Pengujian Hipotesis .....	47
3.10.1 Uji Parsial (Uji t).....	47
3.10.2 Uji Simultan (Uji F) .....	48
3.11 Koefisien Determinasi .....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	50
4.1.1 Profil Responden.....	50
4.1.2 Hasil Statistik Deskriptif.....	52
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	63
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	63
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	64
4.3.1 Hasil Uji Normalitas .....	65
4.3.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	67
4.3.3 Hasil Uji Multikolinearitas .....	69
4.3.4 Hasil Uji Autokorelasi .....	70
4.4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	71
4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	73
4.5.1 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	73
4.5.2 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	74
4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	75
<b>BAB V PEMBAHASAN HASIL .....</b>	<b>77</b>
5.1 Deskripsi Variabel .....	77
5.1.1 Kualitas Produk.....	77
5.1.2 Harga.....	78
5.1.3 Keputusan Pembelian.....	79
5.2 Pengaruh Antar Variabel .....	80
5.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ....	80
5.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
5.2.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
5.3 Implikasi Hasil.....	82
5.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ....	82
5.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
5.3.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	85
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>86</b>
6.1 Kesimpulan .....	86
6.2 Saran .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra survei pada konsumen Tokopedia di Banjarmasin .....	4
Tabel 1. 2 Pendapat konsumen mengenai kualitas produk di Tokopedia .....	6
Tabel 1. 3 Pendapat konsumen mengenai harga produk di Tokopedia.....	9
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3. 1 Tabel Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 3. 2 Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi.....	46
Tabel 3. 3 Tabulasi Interpretasi Nilai r .....	49
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang saku.....	52
Tabel 4. 4 Tabel Frekuensi Variabel Kualitas Produk .....	52
Tabel 4. 5 Tabel Frekuensi Variabel Harga .....	56
Tabel 4. 6 Tabel Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian .....	59
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4. 9 Hasil Kolmogorov-Smirnov.....	67
Tabel 4. 10 Uji Glejser .....	69
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas .....	69
Tabel 4. 12 Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi.....	70
Tabel 4. 13 Hasil Uji Durbin Watson .....	70
Tabel 4. 14 Hasil Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 4. 15 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	73
Tabel 4. 16 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	74
Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Penjualan <i>E-commerce</i> di Indonesia .....	3
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	35
Gambar 4. 1 Grafik Histogram .....	65
Gambar 4. 2 Grafik Normal Probability Plot.....	66
Gambar 4. 3 Grafik Scatterplot.....	68

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Data
- Lampiran 3 Hasil Output Tabel frekuensi
- Lampiran 4 Hasil Output Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Asumsi Klasik