

HUBUNGAN ANTARA PENGETAHUAN TEKNOLOGI  
INFORMASI, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS  
PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MELALUI INTERNET (ONLINE SHOPPING)

SKRIPSI

OLEH :

JUMADI ABDULLAH

NPK : 211000174



PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

JAKARTA

2015

**HUBUNGAN ANTARA PENGETAHUAN TEKNOLOGI  
INFORMASI, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS  
PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MELALUI INTERNET (ONLINE SHOPPING)**

**SKRIPSI**

OLEH :

**JUMADI ABDULLAH**

**NPK : 211000174**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

**JAKARTA**

**2015**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

### **HUBUNGAN ANTARA PENGETAHUAN TEKNOLOGI INFORMASU, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI INTERNET (ONLINE SHOOPING)**

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada program studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah ada dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan perguruan tinggi lainnya, kecuali bagian sumber informasinya dicantumkan sebagaimana semestinya.

Jakarta, 27/10/2015

Jumadi Abdullah

NPK 211000174

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi dengan judul :

### **HUBUNGAN ANTARA PENGETAHUAN TEKNOLOGI INFORMASI, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI INTERNET (ONLINE SHOOPING)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Progam Studi S-1 Manajemen Jurusan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Bpk. Gatot Prabantoro,SE.,MM dan diketahui oleh Kepala Progam Studi Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Progam Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ( STEI ).

Jakarta, 27/10/2015

Menyetujui

Pembimbing

Mengetahui

Kepala Progam Studi S-1 Manajemen

Gatot Prabantoro, SE., MM

Drs.Budiono, MSc

## **PANITIA PENGUJI SKRIPSI**

Skripsi dengan judul :

HUBUNGAN ANTARA PENGETAHUAN TEKNOLOGI INFORMASI,  
KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MELALUI INTERNET (ONLINE SHOPING)

Telah di uji dalam sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Progam Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI), pada tanggal 20 Agustus 2015 dengan nilai B.

### **Panitia Ujian Skripsi :**

1. .... : Drs. Budiono, M.Sc. (Kepala Prodi S-1 Manajemen)
2. .... : Drs. Soemitro, MSc. (Sekretaris S-1 Manajemen)
3. .... : Gatot Prabantoro, SE.MM (Pembimbing)
4. .... : Drs. Imron, HR, MM. (Anggota Penguji)
5. .... : Ir. Dwi Windu, MSc. (Anggota Penguji)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT. atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Gatot Prabantoro,SE.,MM selaku Dosen Pembimbing skripsi ini, yang telah memberikan waktu, tenaga, serta pikirannya dengan memberikan bimbingan, pengarahan, dan kesabaran untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, Msc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
3. Bapak Drs. Budiono,Msc, selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI)
4. Bapak Drs. Sumitro, Msc, selaku Sekretaris ProgramStudi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI)
5. Seluruh Dosen dan Staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) karna telah mengajari dan mendidik penulis selama mengikuti perkuliahan.
6. Orang tua dan keluarga besar yang telah memberikan doa, kasih sayang, dorongan, motivasi, moril maupun materil kepada penulis hingga dapat mengikuti perkuliahan sampai dengan tahap skripsi sampai selesai dan lulus.
7. Kakak-kakak penulis, (mas Soni, Mas doyok dan mas Hendra) dan ponakan penulis Tama (Thole) yang selalu menemani dalam mengerjakan skripsi hingga larut malam.
8. Teman-teman seperjuangan angkatan 2010 manajemen kelas C.

9. Organisasi Pecinta Alam SAKUNTALA yang telah mengajarkan tentang kehidupan dalam solidaritas dan membentuk mental bagi penulis.
10. Teman-teman Java fc. yang selalu menghibur penulis.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, sehingga skripsi ini dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat yang membacanya terutama bagi penulis sendiri.

Jakarta, 27/10/2015

**Jumadi Abdullah**  
NPK 211000174

Jumadi Abdullah

Dosen Pembimbing

NPK 211000174

Gatot Prabantoro, SE., MM

Progam Studi S-1 Manajemen

**HUBUNGAN ANTARA PENGETAHUAN TEKNOLOGI INFORMASI,  
KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMEBELIAN MELALUI INTERNET (ONLINE SHOPPING)**

(Studi kasus pada Konsumen di web [www.jual-kusenpintu.com](http://www.jual-kusenpintu.com))

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui seberapa erat dan signifikan hubungan antara faktor pengetahuan teknologi, kepercayaan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk-produk [www.jual-kusenpintu.com](http://www.jual-kusenpintu.com) melalui internet atau online.

Metode yang digunakan adalah metode penelitian *ex-post fact*. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probabilitas sampling dengan teknik Purposive Sampling, yaitu penentuan sampel untuk tujuan tertentu sebanyak 70 responden. Penelitian ini menggunakan alat analisis korelasi parsial dan korelasi berganda dengan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) berdasarkan uji t didapatkan hasil bawa secara parsial variabel pengetahuan teknologi, kepercayaan, dan kualitas produk memiliki hubungan positif dan signifikan dengan keputusan pembelian produk-produk [www.jual-kusenpintu.com](http://www.jual-kusenpintu.com) melalui internet dengan nilai masing-masing untuk pengetahuan teknologi 0,461 (signifikan  $0,000 < 0,05$ ); kepercayaan 0,600 (signifikan  $0,000 < 0,05$ ); keputusan pembelian 0,628 (signifikan  $0,000 < 0,05$ ). (2) Berdasarkan analisis uji F menunjukkan bahwa secara simultan antara variabel pengetahuan teknologi, kepercayaan, dan kualitas produk memiliki hubungan positif dan signifikan dengan keputusan pembelian produk-produk [www.jual-kusenpintu.com](http://www.jual-kusenpintu.com) melalui internet dengan nilai korelasi sebesar 0,724 (signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ ) (taraf nyata sebesar 0,05%).

**Kata Kunci : Pengetahuan Teknologi, Kepercayaan, Kualitas Produk, dan keputusan pembelian**



# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
SAMPUL DALAM.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
PANITIAN PENGUJI SKRIPSI .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Masalah Penelitian .....	1
1.1.1. Latar belakang masalah .....	1
1.1.2. Perumusan masalah pokok .....	7
1.1.3. Spesifik masalah pokok .....	7
1.2. Kerangka Teori .....	7
1.2.1. Identifikasi variabel-variabel penelitian .....	7
1.2.2. Uraian konseptual tentang variabel .....	8
1.2.3. Hipotesis Penelitian .....	9
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	10
1.3.1. Tujuan penelitian .....	10
1.3.2. Kegunaan penelitian .....	10

<b>BAB II</b>	<b>KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
	2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu .....	12
	2.2. Landasan Teori.....	14
	2.2.1. Definisi belanja online .....	14
	2.2.2. Pengertian manajemen pemasaran .....	17
	2.2.3. Pengertian produk .....	18
	2.2.4. Pengertian pengetahuan informasi .....	26
	2.2.5. Pengertian kepercayaan belanja online.....	30
	2.2.6. Pengertian Perilaku Konsumen .....	32
<b>BAB III</b>	<b>PROSEDUR PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
	3.1. Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	44
	3.2. Strategi Dan Metode Penelitian .....	44
	3.3. Populasi Dan Smpel Penelitian.....	45
	3.3.1. Populasi .....	45
	3.3.2. Sampel.....	45
	3.3.3. Unit analisis penelitian.....	45
	3.4. Metode Pengumpulan Data .....	46
	3.5. Instrumen Pengumpulan Data.....	46
	3.6. Metoda Analisis Data .....	49
	3.6.1. Pengelolaan Data .....	49
	3.6.2. Penyajian Data.....	49
	3.7. Analisis Statistik Data .....	51
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL-HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
	4.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	56
	4.2. Deskripsi Responden.....	57
	4.3. Deskripsi Data.....	58

	<b>Halaman</b>
4.4. Hasil Pengujian Instrumen.....	61
4.4.1. Uji Validitas.....	61
4.4.2. Uji Reliabilitas .....	63
4.5. Hasil Analisis Statistik Data .....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>71</b>
5.1. Kesimpulan .....	71
5.2. Saran .....	72
<b>DAFTAR KUTIPAN.....</b>	<b>73</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>77</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 3.1.</b> Indikator Penelitian.....	48
<b>Tabel 3.2.</b> Interpretasi koefisien korelasi.....	52
<b>Tabel 4.1.</b> Deskripsi Responden .....	58
<b>Tabel 4.2.</b> Hasil Uji Validitas $X_1$ .....	61
<b>Tabel 4.3.</b> Hasil Uji Validitas $X_2$ .....	62
<b>Tabel 4.4.</b> Hasil Uji Validitas $X_3$ .....	62
<b>Tabel 4.5.</b> Hasil Uji Validitas Y .....	63
<b>Tabel 4.6.</b> Korelasi Parsial $X_1$ dengan Y .....	64
<b>Tabel 4.7.</b> Korelasi Parsial $X_2$ dengan Y .....	65
<b>Tabel 4.8.</b> Korelasi Parsial $X_3$ dengan Y .....	66
<b>Tabel 4.9.</b> Korelasi Berganda $X_1, X_2, X_3$ dengan Y .....	67
<b>Tabel 4.10.</b> Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan .....	70

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 3.1.</b> Interpretasi Reliabilitas Instrumen .....	51
<b>Gambar 4.1.</b> Jumlah Skor Kriterion ( $X_1$ ).....	59
<b>Gambar 4.2.</b> Jumlah Skor Kriterion ( $X_2$ ).....	59
<b>Gambar 4.3.</b> Jumlah Skor Kriterion ( $X_3$ ).....	60
<b>Gambar 4.4.</b> Jumlah Skor Kriterion (Y).....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b> Kuesioner penelitian .....	77
<b>Lampiran 2.</b> Tabulasi Skor variabel Pengetahuan Teknologi ( $X_1$ ) .....	83
<b>Lampiran 3.</b> Tabulasi skor variabel Kepercayaan ( $X_2$ ).....	85
<b>Lampiran 4.</b> Tabulasi skor variabel Kualitas Produk ( $X_3$ ) .....	87
<b>Lampiran 5.</b> Tabulasi skor variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	89
<b>Lampiran 6.</b> Pengolahan data uji validitas per butir untuk Pengetahuan Teknologi ( $X_1$ ) .....	91
<b>Lampiran 7.</b> Pengolahan data uji validitas per butir untuk Kepercayaan ( $X_2$ ) .....	92
<b>Lampiran 8.</b> Pengolahan data uji validitas per butir untuk Kualitas Produk ( $X_3$ ).....	93
<b>Lampiran 9.</b> Pengolahan data uji validitas per butir untuk Keputusan Pembelian Konsumen (Y) .....	94
<b>Lampiran 10.</b> Data Butir Genap Ganjil Pengetahuan Teknologi ( $X_1$ ) .....	95
<b>Lampiran 11.</b> Hasil Uji Reabilitas Variabel Pengetahuan Teknologi ( $X_1$ )	97
<b>Lampiran 12.</b> Data Butir Genap Ganjil Kepercayaan ( $X_2$ ).....	98
<b>Lampiran 13.</b> Hasil uji reabilitas Kepercayaan ( $X_2$ ) .....	100
<b>Lampiran 14.</b> Data Butir Genap Ganjil Kualitas Produk ( $X_3$ ).....	101
<b>Lampiran 15.</b> Hasil uji reabilitas variabel Kualitas Produk ( $X_3$ ).....	103
<b>Lampiran 16.</b> Data Butir Genap Ganjil Keputusan Pembelian Konsumen (Y) .....	104
<b>Lampiran 17.</b> Hasil uji reabilitas variabel Keputusan Pembelian konsumen (Y) .....	106

## Halaman

<b>Lampiran 18.</b> Korelasi Parsial antar variabel.....	107
<b>Lampiran 19.</b> Korelasi Berganda antar Variabel-Variabel.....	109
<b>Lampiran 20.</b> Daftar Riwayat Hidup .....	110
<b>Lampiran 21.</b> Surat Keterangan Riset.....	111