

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI,
KEPERCAYAAN DAN ULASAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi pada Pengguna Shopee di Jakarta Timur)**

SKRIPSI

**WINDA SARI
2118000033**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2022**

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI,
KEPERCAYAAN DAN ULASAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi pada Pengguna Shopee di Jakarta Timur)**

SKRIPSI

**WINDA SARI
2118000033**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI,
KEPERCAYAAN DAN ULASAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi pada Pengguna Shopee di Jakarta Timur)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh ini yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikat ataupun plagiat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika kemudian hari dibuktikan bahwa terdapat tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 09 September 2022



WINDA SARI
2118000033

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS INFORMASI, KEPERCAYAAN DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi pada Pengguna Shopee di Jakarta Timur)

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi Srata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Ir. Dwi Windu Suryono, MS dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 09 September 2022

Pembimbing



Ir. Dwi Windu Suryono, MS

Kepala Program Studi S1-Manajemen



Dr. Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc





HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI,
KEPERCAYAAN DAN ULASAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi pada Pengguna Shopee di Jakarta Timur)**

telah diuji dalam suatu sidang yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, pada tanggal 09 September 2022 dengan nilai **A**.

Panitia Ujian Skripsi

1.  ; Dr. Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ; Ir. Dwi Windu Suryono, MS
(Pembimbing)
3.  ; Rama Chandra, SE, ME
(Penguji 1)
4.  ; Drs. Yusuf Suhardi, MSi, MM
(Penguji 2)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti junjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM), Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, peneliti sampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Ir. Dwi Windu Suryono, MS. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pemikiran untuk mengarahkan peneliti dengan sabar dalam penyusunan skripsi ini.
2. Rama Chandra, SE, ME dan Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM selaku dosen penguji yang meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Bapak Dr. Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc. selaku Ketua Program Studi Strata 1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan izin peneliti.
5. Seluruh Dosen dan Staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang dengan tulus dan sabar memberikan pendidikan dan pengajaran kepada peneliti selama mengikuti perkuliahan.
6. Kedua orang tua (Akhmad Sodikin dan Jumiati) yang sudah memberikan dukungan, semangat dan doa dalam perjalanan penulisan ini.
7. Widya Wati dan Annisa Dwi Kusuma yang telah memberikan dukungan semangat, waktu, dan kesabaran untuk berbagi ilmu dan berdiskusi.
8. Sahabat seperjuangan Ulvania, Via Nur Azizah, Nadhief Hidayatul Y, dan Khairunnisa selalu ada selama 4 tahun ini baik suka maupun duka.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 09 September 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Winda Sari', written over a horizontal line.

WINDA SARI
2118000033

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Winda Sari
NPM : 21180000033
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty- Free Right)** atas skripsi saya yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI,
KEPERCAYAAN DAN ULASAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi pada Pengguna Shopee di Jakarta Timur)**

beserta perangkat yang ada (jika dilakukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagian pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : Jakarta
Pada tanggal : 09 September 2022

Yang menyatakan


Winda Sari

Winda Sari
NPM: 21180000033
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing
Ir. Dwi Windu Suryono MS

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI,
KEPERCAYAAN DAN ULASAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi pada Pengguna Shopee di Jakarta Timur)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas informasi, kepercayaan dan ulasan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Jakarta Timur yang diwakili oleh pengguna Shopee di Kelurahan Rawa Terate.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif pendekatan kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di aplikasi Shopee yang jumlahnya tidak diketahui dan tidak dapat dipastikan. Sampel ditentukan berdasarkan metoda *purpose sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 97 orang. Pengolahan data menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciensi*). Alat analisis data menggunakan koefisien determinasi dan pengujian hipotesis baik secara parsial dan simultan.

Hasil peneliti menyimpulkan: (1) Kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena konsumen yang berbelanja *online* menuntut informasi yang lengkap, akurat, dan *up to date* agar bisa memunculkan keputusan pembeliannya, (2) Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena sebelum melakukan pembelian *online* memerlukan kepercayaan sehingga konsumen mengetahui kekurangan dan kelebihan suatu produk, (3) Ulasan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena pembeli memanfaatkan ulasan dari pelanggan untuk meyakinkan diri mereka bahwa produk yang mereka lihat mencerminkan produk yang akan dikirim kepada mereka, dan tidak adanya penipuan oleh penjual dan (4) Kualitas informasi, kepercayaan dan ulasan produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas informasi, kepercayaan, ulasan produk, keputusan pembelian.

Winda Sari
NPM: 21180000033
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing
Ir. Dwi Windu Suryono MS

**EFFECT OF INFORMATION QUALITY,
PRODUCT TRUST AND REVIEWS
ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS
(Study on Shopee Users in East Jakarta)**

ABSTRACT

This study aims to determine whether the quality of information, trust and product reviews affect purchasing decisions in East Jakarta represented by Shopee users in Rawa Terate Village.

This research uses a descriptive quantitative approach. The population of this study is consumers who have made purchases on the Shopee application whose number is unknown and cannot be ascertained. The sample was determined based on the purposive sampling method, with a total sample of 97 people. Data processing uses the SPSS (Statistical Package for the Social Science) program. The data analysis tool uses the coefficient of determination and hypothesis testing both partially and simultaneously.

The results of the researchers concluded: (1) The quality of information has no significant effect on purchasing decisions, because consumers who shop online demand complete, accurate, and up to date information in order to make their purchasing decisions, (2) Trust has no significant effect on purchasing decisions, because before making an online purchase requires trust so that consumers know the advantages and disadvantages of a product, (3) product reviews have a significant effect on purchasing decisions, because buyers take advantage of customer reviews to convince themselves that the product they see reflects the product that will be sent to them, and the absence of fraud by the seller and (4) the quality of information, trust and product reviews simultaneously have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Information quality, trustworthiness, product reviews, purchasing decisions.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. <i>E-commerce</i>	8
2.1.2. Keputusan pembelian	10
2.1.3. Kualitas informasi	13
2.1.4. Kepercayaan	16
2.1.5. Ulasan produk.....	18
2.2. Review Penelitian Terdahulu.....	20
2.3. Kerangka Konseptual Penelitian.....	25
2.3.1. Kerangka fikir.....	25
2.3.2. Hipotesis atau proposisi.....	26

	Halaman
BAB III METODA PENELITIAN	27
3.1. Rancangan Penelitian.....	27
3.2. Populasi dan Sampel.....	27
3.2.1. Populasi.....	27
3.2.2. Sampel.....	28
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	29
3.3.1. Jenis data.....	29
3.3.2. Sumber dan cara pengumpulan data.....	29
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	33
3.5. Metoda Analisis Data.....	35
3.5.1. Metoda pengolahan data.....	35
3.5.2. Metoda penyajian data.....	36
3.5.3. Analisis statistik data.....	36
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 39
4.1. Hasil Penelitian.....	39
4.1.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	39
4.1.2. Deskripsi Responden.....	41
4.1.3. Deskripsi Data.....	43
4.1.4. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	45
4.1.5. Analisis Statistik Data.....	48
4.2. Pembahasan.....	53
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	 56
5.1. Simpulan.....	56
5.2. Saran.....	56
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Selanjutnya.....	57
 DAFTAR REFERENSI	 58
LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Pengunjung <i>E-commerce</i>	3
Tabel 3.1. Indikator dan Sub Indikator Variabel Kualitas Informasi (X_1)	30
Tabel 3.2. Indikator dan Sub Indikator Variabel Kepercayaan (X_2)	31
Tabel 3.3. Indikator dan Sub Indikator Variabel Ulasan Produk (X_3).....	31
Tabel 3.4. Indikator dan Sub Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	31
Tabel 4.1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2. Data Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	41
Tabel 4.3. Data Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.4. Data Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	42
Tabel 4.5. Jawaban Responden tentang Variabel Kualitas Informasi	43
Tabel 4.6. Jawaban Responden tentang Variabel Kepercayaan	43
Tabel 4.7. Jawaban Responden tentang Variabel Ulasan Produk.....	44
Tabel 4.8. Jawaban Responden tentang Variabel Keputusan Pembelian	44
Tabel 4.9. Validitas Instrumen Per butir Variabel Kualitas Informasi	45
Tabel 4.10. Validitas Instrumen Per butir Variabel Kepercayaan	46
Tabel 4.11. Validitas Instrumen Per butir Variabel Ulasan Produk	46
Tabel 4.12. Validitas Instrumen Per butir Variabel Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.14. Koefisien Determinasi Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian	48
Tabel 4.15. Koefisien Determinasi Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.16. Koefisien Determinasi Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.17. Koefisien Determinasi Simultan Kualitas Informasi, Kepercayaan, Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4.18. Hasil Hipotesis Secara Parsial	52
Tabel 4.19. Hasil Hipotesis Secara Simultan.....	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia, Tahun 2018-2022	2
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian.....	25

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	60
Lampiran 2. Struktur Organisasi Shopee.....	64
Lampiran 3. Data Responden	65
Lampiran 4. Tabulasi Data Responden	70
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Informasi (X_1)	74
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X_2). ..	75
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Ulasan Produk (X_3)	76
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	77
Lampiran 9. Surat Keterangan Riset	78
Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup Penelitian.....	79