

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *EASE OF USE* DAN
TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE*
SHOP PADA APLIKASI SHOPEE OLEH MASYARAKAT
JATIMULYA, BEKASI**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh:

Dwi Angraini

232811964

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI
BEKASI
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Dwi Anggraini
NIM : 232811964
Jurusan : (S1) Manajemen
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : "Pengaruh Kualitas Produk, *Ease Of Use*, dan *Trust*
Terhadap Keputusan Pembelian *Online Shop* Pada Aplikasi
Shopee Oleh Masyarakat Jatimulya, Bekasi".

Skripsi tersebut diatas disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan dalam memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Tri Bhakti Business School.

Bekasi, 08 Agustus 2025

Mengetahui,

Ka. Program Studi S1 Manajemen

Dosen Pembimbing



Dr. Sofia Maulida, SE., MM.

NIDN: 0309027801



Drs. Tigor Hutapea, ME

NIDN: 0327096203

LEMBAR PENGESAHAN
JUDUL SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK, *EASE OF USE*, DAN *TRUST*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE SHOP* PADA
APLIKASI SHOPEE OLEH MASYARAKAT JATIMULYA

OLEH
DWI ANGGRAINI
232811964

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada Tanggal seperti tertera di bawah ini

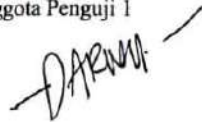
Bekasi, 19 Agustus 2025

Ketua Penguji

Drs. Widayatmoko, MM., M.IKom

NIDN: 0303045901

Anggota Penguji 1



Dr. Darwin Hasiholan, SE., M.Si

NIDN: 0328037401

Anggota Penguji 2



Drs. Tigor Hutapea, ME

NIDN: 0327096203

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS
PROGRAM STUDI S.I MANAJEMEN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Akuntansi/Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 06 Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan



Dwi Angraini

NIM : 232811964

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Dwi Anggraini
NIM : 232811964
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan persetujuan untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti hak bebas royalti non-eksklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul : “ Pengaruh Kualitas Produk, *Ease Of Use* dan *Trust* Terhadap Keputusan Pembelian *Online Shop* Pada Aplikasi Shopee Oleh Masyarakat Jatimulya, Bekasi”, beserta perangkat pendukung lainnya (jika ada).

Melalui hak ini, STIE Tri Bhakti memiliki kewenangan untuk menyimpan, mengalihkan media atau format, mengelola dalam pangkalan data, mendistribusikan, serta menayangkan atau mempublikasikan karya ini di internet maupun media lain untuk kepentingan akademik, tanpa perlu meminta izin kembali dari saya, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta karya. Saya juga menyatakan kesediaan untuk bertanggung jawab secara pribadi terhadap segala bentuk tuntutan hukum yang mungkin timbul akibat pelanggaran Hak Cipta atas karya ilmiah ini, tanpa melibatkan pihak STIE Tri Bhakti. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Bekasi, 06 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan

Dwi Anggraini

232811964

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, *Ease Of Use*, dan *Trust* terhadap keputusan pembelian *Online Shop* pada aplikasi Shopee oleh masyarakat Jatimulya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna aplikasi Shopee di kelurahan Jatimulya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 200 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan diolah data dengan IBM SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 26. Yang dimana telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Teknik data yang diterapkan adalah regresi linear berganda. Maka hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Online Shop* pada aplikasi Shopee oleh masyarakat Jatimulya, yang mana telah terbukti melalui nilai t hitung sebesar 8.705; dengan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,10$; dan koefisien regresi sebesar 0.5038; (2) terdapat pengaruh positif *Ease Of Use* terhadap keputusan pembelian *Online Shop* pada aplikasi Shopee oleh masyarakat Jatimulya, yang telah dibuktikan melalui nilai t hitung sebesar 4.722; dengan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,10$; dan koefisien regresi sebesar 0.3153; (3) terdapat pengaruh positif *Trust* terhadap keputusan pembelian *Online Shop* pada aplikasi Shopee oleh masyarakat Jatimulya, yang telah dibuktikan melalui nilai t hitung sebesar 4.722; dengan nilai signifikansi yaitu $0,094 < 0,10$; dan koefisien regresi sebesar 0.1176; dan (4) terdapat pengaruh kualitas produk, *Ease Of Use* dan *Trust* terhadap keputusan pembelian pembelian *Online Shop* pada aplikasi Shopee oleh masyarakat Jatimulya, yang telah dibuktikan melalui nilai F hitung sebesar 409.036 dan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Ease Of Use*, *Trust*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Product Quality, Ease Of Use, and Trust on Online Shop purchasing decisions on the Shopee application by the Jatimulya community. The population in this study were Shopee application users in the Jatimulya sub-district. The sampling technique used purposive sampling with a sample size of 200 people. The data collection technique in this study used a questionnaire and the data was processed with IBM SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) version 26. Which has been tested for validity and reliability. The data technique applied is multiple linear regression. So the results of this study show that: (1) there is a positive effect of product quality on Online Shop purchasing decisions on the Shopee application by the Jatimulya community, which has been proven through a t-value of 8.705; with a significance value of $0.000 < 0.10$; and a regression coefficient of 0.5038; (2) there is a positive influence of Ease Of Use on Online Shop purchasing decisions on the Shopee application by the Jatimulya community, which has been proven through a t-value of 4.722; with a significance value of $0.000 < 0.10$; and a regression coefficient of 0.3153; (3) there is a positive influence of Trust on Online Shop purchasing decisions on the Shopee application by the Jatimulya community, which has been proven through a t-value of 4.722; with a significance value of $0.094 < 0.10$; and a regression coefficient of 0.1176; and (4) there is an influence of product quality, Ease Of Use and Trust on Online Shop purchasing decisions on the Shopee application by the Jatimulya community, which has been proven through a calculated F value of 409.036 and a significance of $0.000 < 0.05$.

Key words: Product Quality, Ease Of Use, and Trust, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya, atas seluruh rahmat dan hidayatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, *EASE OF USE*, DAN *TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE SHOP* PADA APLIKASI SHOPEE OLEH MASYARAKAT JATIMULYA, BEKASI” ini tepat pada waktu. Penulisan skripsi ini bertujuan guna memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan memberikan kelancaran dan kemudahan dalam penyusunan skripsi.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti, Drs. Widayatmoko, M.M., M.Ikom.
3. Bapak Drs. Tigor Hutapea, ME. Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, membimbing, dan membantu saya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Sofia Maulida, SE., M.M. Ketua Program Studi Manajemen STIE Tri Bhakti.
5. Bapak Redy Adhi Saputra, SE., MM. selaku dosen Dosen Penasihat Akademik yang memberikan arahan dan nasihat selama perkuliahan.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu kepada saya selama menempuh pendidikan di STIE Tri Bhakti.
7. Kedua orang tua, dan kakak saya yang telah mendukung, mendoakan dan menyayangi saya selama ini sehingga saya mendapatkan semangat yang sangat luar biasa untuk menyelesaikan skripsi ini.

8. Seluruh teman – teman seperjuangan S1 Manajemen 2023 yang tak bisa saya sebutkan satu – persatu.
9. Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti serta pembaca pada umumnya, dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Bekasi, 06 Agustus 2025

A handwritten signature in black ink, featuring a large, stylized 'D' with an 'A' inside it, followed by a cursive 'w' and 'i'.

Dwi Anggraini

NIM: 232811964

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S.I MANAJEMEN	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Penelitian	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.7 Sistematika Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Deskripsi Konseptual	9

2.1.1	Definisi Manajemen Pemasaran	9
2.1.2	Bauran Pemasaran	10
2.1.3	Keputusan Pembelian	12
2.1.4	Kualitas Produk	20
2.1.5	<i>Ease Of Use</i>	27
2.1.6	<i>Trust</i>	30
2.2	Penelitian Terdahulu	35
2.3	Kerangka Penelitian	49
2.4	Hipotesis Penelitian	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		53
3.1	Metode Penelitian	53
3.2	Variabel Penelitian	53
3.2.1	Variabel <i>Dependen</i>	54
3.2.2	Variabel <i>Independen</i>	54
3.3	Pengukuran Variabel	55
3.3.1	Definisi Operasional	56
3.3.2	Daftar Kuesioner	68
3.4	Tempat dan Waktu Penelitian	79
3.5	Populasi dan Sampel	80
3.5.1	Populasi	80
3.5.2	Sampel	80
3.6	Sumber Data	81
3.6.1	Data Primer	81
3.6.2	Data Sekunder	81
3.7	Metode Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data	82

3.7.1	Metode Pengumpulan Data	82
3.7.2	Teknik Analisis Data	82
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		91
4.1	Gambaran Umum Platform Shopee Sebagai E-Commerce	91
4.1.1	Visi dan Misi Shopee	93
4.2	Uji Instrumen Penelitian	94
4.2.1	Uji Validitas	94
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	100
4.3	Analisis Deskriptif Responden	102
4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	102
4.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	103
4.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	104
4.3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Produk Pembelian	104
4.4	Analisis Deskriptif Dimensi Pengukuran.....	105
4.4.1	Analisis Deskriptif Beberapa Dimensi Tentang Keputusan Pembelian 105	
4.4.2	Analisis Deskriptif Beberapa Dimensi Tentang Kualitas Produk ...	115
4.4.3	Analisis Deskriptif Beberapa Dimensi Tentang <i>Ease Of Use</i>	124
4.4.4	Analisis Deskriptif Beberapa Dimensi Tentang <i>Trust</i>	134
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	143
4.5.1	Normalitas Residu	143
4.5.2	Uji Heteroskedastitas	146
4.5.3	Uji Autokorelasi	147
4.5.4	Uji Multikolinieritas	147
4.5.5	Uji Linearitas.....	148

4.6	Analisis Regresi Keputusan Pembelian pada Kualitas Produk, <i>Ease Of Use</i>, dan <i>Trust</i>	150
4.7	Uji Hipotesis	153
4.7.1	Uji Parsial (Uji-t).....	153
4.7.2	Uji Simultan (Uji-F)	155
4.8	Uji koefisien Determinasi (R^2)	156
4.9	Pengaruh Kualitas Produk (X_1), <i>Ease Of Use</i> (X_2), dan <i>Trust</i> (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	157
4.9.1	Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) 158	
4.9.2	Pengaruh <i>Ease Of Use</i> (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)....	160
4.9.3	Pengaruh <i>Trust</i> (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	162
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		165
5.1	Kesimpulan	165
5.2	Saran	166
DAFTAR PUSTAKA		168
LAMPIRAN - LAMPIRAN		173

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>E-commerce</i> dengan pengunjung terbanyak di Indonesia (Desember 2024).....	1
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	49
Gambar 4.1 Logo <i>E-Commerce</i>	91
Gambar 4.2 Logo Shopee.....	92
Gambar 4.3 Grafik Histogram	144
Gambar 4.4 Grafik (P-Plot).....	144

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Survei Jumlah Penduduk Desember 2024	2
Tabel 2.1 Konseptualisasi Keputusan Pembelian (Y)	14
Tabel 2.2 Konseptualisasi Kualitas Produk (X₁)	23
Tabel 2.3 Konseptualisasi <i>Ease Of Use</i> (X₂)	28
Tabel 2.4 Konseptualisasi <i>Trust</i> (X₃)	32
Tabel 2. 5 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Ordinal	56
Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Y	56
Tabel 3. 3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (X₁)	60
Tabel 3. 4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel <i>Ease Of Use</i> (X₂)	62
Tabel 3. 5 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran <i>Trust</i> (X₃)	65
Tabel 3. 6 Kuesioner Variabel (Y) Keputusan Pembelian	70
Tabel 3. 7 Kuesioner Variabel (X₁) Kualitas Produk	72
Tabel 3. 8 Kuesioner Variabel (X₂) <i>Ease Of Use</i>	74
Tabel 3. 9 Kuesioner Variabel (X₃) <i>Trust</i>	77
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	94
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X₁)	96
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas <i>Ease Of Use</i> (X₂)	97
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas <i>Trust</i> (X₃)	99
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	100
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X₁)	100
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas Variabel <i>Ease Of Use</i> (X₂)	101
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas <i>Trust</i> (X₃)	101
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	103
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	103
Tabel 4. 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	104
Tabel 4.12 Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Produk Pembelian	105

Tabel 4. 13 Analisis Deskriptif Beberapa Dimensi Tentang Keputusan Pembelian (Y).....	105
Tabel 4. 14 Analisis Deskriptif Beberapa Dimensi Tentang Kualitas Produk (X₁).....	115
Tabel 4. 15 Analisis Deskriptif Beberapa Dimensi Tentang <i>Ease Of Use</i> (X₂)	124
Tabel 4. 16 Analisis Deskriptif Beberapa Dimensi Tentang <i>Trust</i> (X₃).....	134
Tabel 4. 23 Uji T (Uji Parsial Variabel Kualitas Produk, <i>Ease Of Use</i>, dan <i>Trust</i> pada Keputusan Pembelian).....	153
Tabel 4. 24 Uji F (Uji Simultan variabel <i>Independen</i> terhadap Variabel <i>Dependen</i>)	155
Tabel 4. 25 Uji Koefisien Determinasi (R²)	156

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Uji Validitas Data	176
Lampiran 1. 2 Uji Reliabilitas Data	177
Lampiran 1. 3 Uji Normalitas Data.....	177
Lampiran 1. 4 Grafik Histogram	178
Lampiran 1. 5 Uji Grafik P-plot.....	178
Lampiran 1. 6 Uji Linearitas Data	178
Lampiran 1. 7 Uji Heteroskedastisitas	179
Lampiran 1. 8 Uji Autokorelasi.....	179
Lampiran 1. 9 Uji Multikolonieritas	179
Lampiran 1. 10 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	180
Lampiran 2. 1 Daftar Kuisisioner	193
Lampiran 3. 1 Tabulasi Data Kuisisioner	216
Lampiran 4.1 Tabulasi Data Populasi	217
Lampiran 5.1 Daftar Riwayat Hidup Penulis	218
Lampiran 6.1 Bebas Plagiarism	219
Lampiran 6.2 Keterangan Bebas Plagiarism	220
Lampiran 7.1 Kartu Konsultasi Skripsi	221
Lampiran 8.1 Hasil Perbaikan Skripsi	222