



**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KEAMANAN DAN
PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ONLINE
(Studi Pada Ibu Rumah Tangga di DKI Jakarta)**

SKRIPSI

NIDA AMALIA FADHILLAH 1910111227

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

**Pengaruh Kepercayaan Merek, Keamanan, Dan Perilaku
Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online
(Studi Pada Ibu Rumah Tangga Di DKI Jakarta)**

Nida Amalia Fadhillah
1910111227





**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KEAMANAN DAN
PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ONLINE
(Studi Pada Ibu Rumah Tangga di DKI Jakarta)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

NIDA AMALIA FADHILLAH 1910111227

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Nida Amalia Fadhillah

NIM : 1910111227

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 12 Juni 2023

Yang menyatakan,



(Nida Amalia Fadhillah)

NIM. 1910111227

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nida Amalia Fadhillah
NIM : 1910111227
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Kepercayaan Merek, Keamanan, Dan Perilaku Konsumen Terhadap
Keputusan Pembelian Online
(Studi Pada Ibu Rumah Tangga Di Dki Jakarta)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 12 Juni 2023

Yang menyatakan,



(Nida Amalia Fadhillah)

NIM. 1910111227

SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KEAMANAN DAN PERILAKU
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE
(Studi Pada Ibu Rumah Tangga di DKI Jakarta)**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Nida Amalia Fadhillah 1910111227

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 21 Juni 2023

dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima




**Drs. Nobelson, MM
Ketua Penguji**



**Jenji Gunaedi Argo, S.E., M.M
Penguji 1**



**Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE., M.Si
Penguji 2 (Pembimbing)**



**Dr. Jubaedah, SE., MM,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**Siti Hidayati, SE., MM
Ketua Program Studi**

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 21 Juni 2023

***The Influence of Brand Trust, Security and Consumer Behavior on Online
Purchasing Decisions***

(Study on Housewives in DKI Jakarta)

By Nida Amalia Fadhillah

Abstract

This study uses quantitative methods with the aim of proving the influence of brand trust, safety, and consumer behavior both directly and indirectly on purchasing decisions. This study used 100 housewife respondents in DKI Jakarta as primary data and secondary data researchers obtained through various references related to research. Data were collected using purposive sampling technique and analyzed using descriptive and inferential analysis techniques with the help of SmartPLS software. So that data processing obtains the results that (1) Brand Trust has a positive and significant effect on Purchase Decisions, (2) Security has a positive and significant effect on Purchase Decisions, (3) Consumer Behavior has a positive and significant effect on Purchase Decisions.

Keywords: *Brand Trust, Security, Consumer Behavior, and Purchase Decision.*

**Pengaruh Kepercayaan Merek, Keamanan Dan Perilaku Konsumen
Terhadap Keputusan Pembelian Online
(Studi Pada Ibu Rumah Tangga Di Dki Jakarta)**

Oleh Nida Amalia Fadhillah

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan untuk membuktikan adanya pengaruh kepercayaan merek, keamanan, dan perilaku konsumen baik secara langsung maupun secara tidak langsung terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan 100 responden ibu rumah tangga di DKI Jakarta sebagai data primer dan data sekunder peneliti peroleh melalui berbagai referensi yang berhubungan dengan penelitian. Pengambilan data menggunakan teknik *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Sehingga pengolahan data memperoleh hasil bahwa (1) Kepercayaan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (2) Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (3) Perilaku Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Kepercayaan Merek, Keamanan, Perilaku Konsumen, dan Keputusan Pembelian.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2022/2023

Hari ini Rabu , tanggal 21 Juni 2023, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : **Nida Amalia Fadhillah**

No.Pokok Mahasiswa : 1910111227

Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KEAMANAN DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE (Studi Pada Ibu Rumah Tangga di DKI Jakarta)"

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Nobelson, MM	Ketua	1.
2	Jenji Gunaedi Argo, SE, MM	Anggota I	2.
3	Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, M.Si	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 21 Juni 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan Merek, Keamanan dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Ibu Rumah Tangga Di Dki Jakarta)”** tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari penulisan proposal skripsi ini yaitu untuk memenuhi syarat kelulusan pada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil sehingga proposal skripsi ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.i, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan kemudahan birokrasi terkait dengan proses awal pendaftaran skripsi sampai selesai.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Terutama kepada Bapak dan Ibu Dosen Prodi Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan.
5. Bapak Drs. Nobelson, MM, CPM selaku ketua penguji dan Bapak Jenji Gunaedi Argo, S.E, M.M selaku penguji 1 yang telah memberikan saran dan kritik kepada penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Ibu Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta saran yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam menyusun Skripsi ini.
7. Orangtua yang telah memberikan doa, bantuan, dorongan dan semangat selama penyusunan proposal skripsi ini.
8. Teman-teman satu angkatan dan satu bimbingan penelitian skripsi, yang telah berjuang bersama-sama penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis

mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan skripsi.

Jakarta, 12 Juni 2023

Nida Amalia Fadhillah

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
PENGESAHAN	vi
<i>Abstract</i>	vii
Abstrak	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	8
I.3 Tujuan Penelitian	8
I.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
II.1 Landasan Teori	10
II.1.1 Manajemen Pemasaran	10
II.1.2 Keputusan Pembelian	10
II.1.3 Kepercayaan Merek	13
II.1.4 Keamanan	14
II.1.5 Perilaku Konsumen	16
II.2 Penelitian Terdahulu.....	19
II.3 Model Penelitian.....	25
II.3.1 Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
II.3.2 Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian	26
II.3.3 Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
II.4 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
III.1.1 Definisi Operasional	28

III.1.2 Pengukuran Variabel.....	29
III.2 Populasi Dan Sampel.....	30
III.2.1 Populasi.....	30
III.2.2 Sampel.....	30
III.3 Teknik Pengumpulan Data	31
III.3.1 Jenis Data	31
III.3.2 Sumber Data	32
III.3.3 Pengumpulan Data.....	32
III.4 Teknik Analisis Data	33
III.4.1 Analisis Deskriptif.....	34
III.4.2 Analisis Inferensial	35
III.4.3 Uji Hipotesis	39
BAB IV	41
HASIL DAN PEMBAHASAN	41
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	41
IV.1.1 Shopee	41
IV.1.2 Tokopedia	42
IV.1.3 Lazada	43
IV.2 Deskripsi Data Penelitian	44
IV.3 Analisis Data dan Uji Hipotesis	48
IV.3.1 Analisis Data Deskriptif	48
IV.3.2 Analisis Inferensial	53
IV.3.3 Uji Hipotesis.....	61
IV.4 Pembahasan	62
IV.4.1 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian	62
IV.4.2 Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian	64
IV.4.3 Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	65
IV.5 Keterbatasan Penelitian	67
BAB V	68
SIMPULAN DAN SARAN	68
V.1 Simpulan	68
V.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	77

RIWAYAT HIDUP..... 102

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Pengguna Internet di Seluruh Dunia	1
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. Pengukuran Variabel	29
Tabel 4. Skala Pengukuran Likert	32
Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	33
Tabel 6. Interpretasi Nilai Indeks	34
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	39
Tabel 8. Interpretasi Nilai Indeks	48
Tabel 9. Hasil Indeks Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian	49
Tabel 10. Hasil Indeks Jawaban Responden Terhadap Kepercayaan Merek	50
Tabel 11. Hasil Indeks Jawaban Responden Terhadap Keamanan	51
Tabel 12. Hasil Indeks Jawaban Responden Terhadap Perilaku Konsumen	52
Tabel 13. Nilai Outer Loading	55
Tabel 14. Hasil Nilai Cross Loading	55
Tabel 15. Hasil Nilai Average Variance Ecxtracted (AVE)	57
Tabel 16. Hasil Nilai Composite Reliability (CR)	57
Tabel 17. Hasil Nilai Cronbach's Alpha	58
Tabel 18. Hasil R-Square dan Ajusted R Square	59
Tabel 19. Hasil Q Square	60
Table 20. Hasil Uji T-Statistic	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proporsi Jumlah Transaksi Belanja Online Berdasarkan Kelompok Umur	2
Gambar 2. Para Ibu Memilih Belanja Online di Masa Pandemi	3
Gambar 3. Persentase Usia Wanita Menikah.....	3
Gambar 4. E-Commerce Paling Sering Digunakan Para Ibu.....	4
Gambar 5. E-commerce Top of Mind	4
Gambar 6. Negara dengan Kasus Kebocoran Data Terbanyak (2022)	5
Gambar 7. Kasus Akun Shopee Kena Hack.....	6
Gambar 8. Shopee Jadi Platform Belanja Online Teraman dan Ternyaman.....	7
Gambar 9. Model penelitian	25
Gambar 10. Langkah-Langkah Pls	35
Gambar 11. Inner Model Penelitian.....	36
Gambar 12. Outer Model Penelitian	37
Gambar 13. Diagram Jalur PLS.....	37
Gambar 14. Logo Shopee	41
Gambar 15. Logo Tokopedia	42
Gambar 16. Logo Lazada.....	43
Gambar 17. Karakteristik Berdasarkan Lokasi Beraktivitas	44
Gambar 18. Karakteristik Berdasarkan Usia	45
Gambar 19. Karakteristik Berdasarkan Anak	46
Gambar 20. Karakteristik Berdasarkan E - Commerce	46
Gambar 21. Karakteristik Berdasarkan Jenis Produk	47
Gambar 22. Karakteristik Berdasarkan Jenis Pembayaran	48
Gambar 23. Outer model	53
Gambar 24. Re-estimasi Outer Model	54
Gambar 25. Inner Model.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	77
Lampiran 2. Penelitian Terdahulu.....	80
Lampiran 3. Data Kuesioner 100 Responden.....	82
Lampiran 4. Hasil dan Pembahasan.....	92
Lampiran 5. T- Tabel.....	99
Lampiran 6. Penyebaran Kuesioner Melalui Sosial Media.....	100
Lampiran 7. Hasil Turnitin.....	101