

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KEPERCAYAAN  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA TOKO NIKITA BABYSHOP DI LAMONGAN**

**HALAMAN JUDUL  
SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh:**

**ANISA LUTFIANA**

**NPM: 19420096**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA  
2023**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KEPERCAYAAN  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA TOKO NIKITA BABYSHOP DI LAMONGAN**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Diajukan oleh:**

**ANISA LUTFIANA**

**NPM ; 19420096**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING**



**Drs. Ec. Redy Eko HS. MM**

**Tanggal,**

**4 - 1 - 2023**

**KETUA PROGRAM STUDI**



**Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si**

**Tanggal,**

**31 - 1 - 2023**

## SKRIPSI

### PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO NIKITA BABYSHOP DI LAMONGAN

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**  
**Dipersiapkan dan disusun oleh:**

**ANISA LUTFIANA**  
NPM ; 19420096

#### Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

Drs. Ec. Redy Eko HS. MM

Anggota Dewan Penguji Lain

Dewi Nuraini, SE, M.Si  
Tri Tjahjo Poernomo, SE., MM

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi

Tanggal ..... 31 ..... Januari ..... 2023

Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si  
Ketua Program Studi

## **SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Nama : Anisa Lutfiana  
NPM : 19420096  
Alamat : Jl. Simo Sidomulyo IV no 15A, Surabaya  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Nikita Babyshop Di Lamongan”** bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian dari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 30 Desember 2022

Yang membuat pernyataan

Anisa Lutfiana

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucap Puji Syukur kepada ALLAH SWT yang senantiasa melimpahkan Rahmad dan Hidayah Nya sehingga Penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nikita Babyshop Di Lamongan”** dapat diselesaikan dengan baik. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Ec Gimanto Gunawan, MM., M.Ak selaku dekan yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Drs.Ec. Redy Eko Hari Suprapto ,MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dana Aditya, SE., MBA selaku Dosen Wali dengan segala kesabarannya dan pengertian telah banyak memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen ekonomi dan staff tata usaha fakultas ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya ygng telah banyak memberikan bantuan selama proses perkuliahan kepada penulis.
6. Kepada kedua orang tuaku dan saudaraku yang selalu memberikan dukungan serta Do'a dan semangat sehingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
7. Kepada teman-teman ku (Kinan, Charissa, Niken, Intan) yang memberikan dukungan dan semangat sehingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.

Akhir kata penulois menyadari bahwa apa yang penulis tulangkan dalam skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

Surabaya,

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI .....	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK .....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penelitian .....	7
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	9
2.1.2 Konsep Pemasaran .....	9
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk .....	11
2.2.2 Indikator Kualitas Produk .....	12
2.3.1 Pengertian Harga.....	13
2.3.2 Faktor- Faktor Harga .....	14
2.3.3 Indikator Harga .....	15

2.4.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen .....	16
2.4.2 Faktor Kepercayaan Konsumen.....	17
2.4.3 Indikator Kepercayaan Konsumen.....	18
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	19
2.5.2 Faktor Keputusan Pembelian .....	19
2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	20
2.6 Hubungan Teori Antar Variabel.....	21
2.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	21
2.6.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	22
2.6.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian ...	23
2.7 Penelitian Sebelumnya .....	23
2.8 Hipotesis Dan Model Analisis.....	25
2.8.1 Hipotesis Penelitian .....	25
2.8.2 Model Analisis.....	26
BAB III .....	27
METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Pendekatan Penelitian.....	27
3.2 Populasi Dan Sampel.....	27
3.2.1 Populasi.....	27
3.2.2 Sampel .....	27
3.3 Teknik Sampling .....	28
3.4 Identifikasi Variabel.....	29
3.5 Definisi Operasional.....	29
3.5.1 Kualitas Produk .....	29
3.5.2 Harga.....	30
3.5.3 Kepercayaan Konsumen .....	32
3.5.4 Keputusan Pembelian .....	32
3.6 Jenis Dan Sumber Data .....	33
3.6.1 Jenis Penelitian .....	33
3.6.2 Sumber Data .....	33
3.7 Metode Pengumpulan Data .....	34

3.8 Teknik Analisis Data .....	34
3.8.1 Uji Validitas .....	34
3.8.2 Uji Realibilitas .....	35
3.8.3 Uji Model.....	36
3.8.3.1 Teknik Regresi Linear Berganda .....	36
3.8.3.2 Uji Parsial (Uji t) .....	36
3.8.3.3 Uji F .....	38
BAB IV .....	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	40
4.1 Gambaran Umum Subyek Penelitian .....	40
4.2 Karakteristik Responden .....	41
4.3 Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian .....	44
4.3.1 Penilaian Atas Masing-Masing Variabel.....	44
4.3.2 Deskripsi Mengenai Variabel Kualitas Produk (X1) .....	44
4.3.3 Deskripsi Mengenai Variabel Harga (X2).....	45
4.3.4. Deskripsi Mengenai Variabel Kepercayaan Konsumen (X3) .....	47
4.3.5 Deskripsi Mengenai Variabel Keputusan Pembelian(Y).....	49
4.4. Analisis Model Dan Pengujian Hipotesis.....	51
4.4.1 Uji Validitas .....	51
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	53
4.4.3     Analisis Regresi Linier Berganda .....	54
4.4.4     Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	55
4.4.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	56
4.4.6 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji f) .....	58
4.5 Pembahasan Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .	59
BAB V.....	62
KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	64

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Penjualan Tahun 2021 .....	3
Tabel 1.2 <i>Research Gap</i> .....	5
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur.....	42
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	43
Tabel 4.4 Frekuensi dan Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X1).....	44
Tabel 4.5 Frekuensi dan Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Harga (X2).....	46
Tabel 4.6 Frekuensi dan Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Kepercayaan Konsumen (X3) .....	48
Tabel 4.7 Frekuensi dan Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	49
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	51
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga (X2).....	52
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen (X3) .....	52
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	53
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Realibilitas .....	54
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	56
Tabel 4.14 Pengujian Hipotesis Secara parsial (Uji t) .....	57
Tabel 4.15 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji f) .....	58

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.4 Model Analisis .....	26
---------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	66
Lampiran 2 Data Jawaban Responden .....	72
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas .....	77
Lampiran 4 Hasil Uji Realibilitas .....	80
Lampiran 5 Hasil Regresi Linier Berganda .....	82
Lampiran 6 Hasil Uji t.....	83
Lampiran 7 Hasil Uji f .....	85

## ABSTRAK

Di era globalisasi persaingan bisnis semakin ketat pada saat ini mendorong perusahaan bersaing untuk mendapatkan hati para konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen dengan memberikan penjelasan apa yang dibutuhkan konsumen, alasan konsumen memutuskan pembelian produk, serta faktor apa saja yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan pembelian suatu produk.

Kunci utama dalam memenangkan persaingan merupakan produk yang berkualitas dengan harga bersaing sehingga hal itu dapat memberikan nilai kepuasan konsumen yang tinggi. Kepercayaan konsumen ditandai adanya keyakinan dalam diri konsumen untuk menggunakan merek produk tertentu. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh adanya kepercayaan konsumen terhadap suatu produk.

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas produk, harga dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. variabel bebas penelitian ini adalah kualitas produk, harga, kepercayaan konsumen, variabel terikat adalah keputusan pembelian. Populasinya adalah seluruh pelanggan yang pernah melakukan pembelian pada Toko Nikita Babyshop. Untuk menentukan jumlah responden, peneliti menggunakan teknik  $25 \times$  jumlah variabel independen, yaitu  $25 \times 3$  yaitu 75 responden, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, realibilitas, uji regresi linear berganda, uji f, uji t. Hasil penelitian ini adalah kualitas produk berpengaruh negatif, harga dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Nikita Babyshop.

Berdasarkan hasil dari analisis regresi yang dihasilkan dalam penelitian ini, sebaiknya perusahaan memberikan perhatian yang lebih baik pada bidang kualitas produk. Diharapkan kualitas produk lebih ditingkatkan lagi untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan lebih melengkapi data maupun referensi digunakan.

**Kata Kunci:** *Kualitas Produk, Harga, Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian*

## **ABSTRACT**

*In the era of globalization, business competition is getting tougher at this time, encouraging companies to compete for the hearts of consumers. Therefore, companies must be able to understand consumer behavior by providing an explanation of what consumers need, why consumers decide to buy products, and what factors influence making purchasing decisions for a product.*

*The main key in winning the competition is a quality product at a competitive price so that it can provide a high consumer satisfaction value. Consumer trust is characterized by a belief in consumers to use certain product brands. Purchasing decisions can be influenced by consumer confidence in a product.*

*The purpose of this study is to determine the significant influence of product quality, price and consumer confidence on purchasing decisions. The free variables of this study are product quality, price, consumer confidence, bound variables are purchasing decisions. The population is all customers who have made a purchase at the Nikita Babyshop Store. To determine the number of respondents, the researcher used a technique of  $25 \times$  the number of independent variables, namely  $25 \times 3$ , namely 75 respondents, while the sampling technique used purposive sampling. The data analysis techniques used are validity test, reliability, multiple linear regression test, f test, t test. The results of this study are that product quality has a negative effect, price and consumer confidence have a positive and significant effect on purchasing decisions at the Nikita Babyshop Store.*

*Based on the results of the regression analysis produced in this study, companies should pay better attention to the field of product quality. It is hoped that product quality will be further improved to improve consumers' purchasing decisions. For subsequent researchers, it is hoped that more complete data and references are used.*

**Keywords :** *Product Quality, Price, Consumer Trust and Purchasing Decision.*