



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

**Pengaruh *Brand Image*, Kepercayaan Konsumen
Dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan
Pembelian Pada E Commerce Tokopedia
Mahasiswa Manajemen Angkatan 2016 Fakultas
Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya**

**Indy Iswantoro
141500112**

**Dosen Pembimbing:
Dra. Hj. Yuni Sukandani, SE.MM.
NPP: 8611142/DY**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
2020**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : I Made Bagus D., SE., MM.
Jabatan : Kepala Lab. Kewirausahaan

Menyatakan bahwa :

Nama : Indy Iswantoro
NIM : 141500112
Prodi : Manajemen

telah melakukan uji plagiasi dengan judul artikel Pengaruh *Brand Image*, Kepercayaan Konsumen, Dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E Commerce Tokopedia Mahasiswa Manajemen Angkatan 2016 Di Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, dengan hasil 19,20 % Similarities.

Demikian surat pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 15 Januari 2020
Kepala Laboratorium,



I Made Bagus D., SE., MM.

**Pengaruh *Brand Image*, Kepercayaan Konsumen Dan
Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian
Pada E Commerce Tokopedia Mahasiswa Manajemen
Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas PGRI
Adi Buana Surabaya**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM) Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana
Surabaya

**Indy Iswantoro
141500112**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji:

Tanggal : 10 Januari 2020

Dosen Pembimbing,



Dra. Hj. Yumi Sukandani, S.E., M.M.
NPP: 8611142/DY

HALAMAN PENGESAHAN

1. **Judul Skripsi** : Pengaruh Brand Image, Kepercayaan Konsumen dan Keamanan Transaksi Terhadap keputusan Pembelian pada E Commerce Tokopedia Mahasiswa Manajemen angkatan 2016 di Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Indy Iswantoro
b. NIM : 141500112
c. Program Studi : Manajemen
d. Fakultas : Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
e. Alamat E-mail : indimasnuri3@gmail.com

Mengetahui

Surabaya, 03 Maret 2020

Ketua Program Studi,

Dosen Pembimbing,

Tony Susilo W, SE., M.Pd., M.SM
NPP: 0709494/DY

Dra. Hj. Yuni Sukandani, SE., MM.
NPP: 0709494/DY



Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi

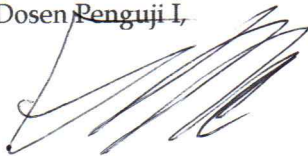
Dra. Siti Istikhroh, M.Si
NIP. 19671019 199203 2001

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Akuntansi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

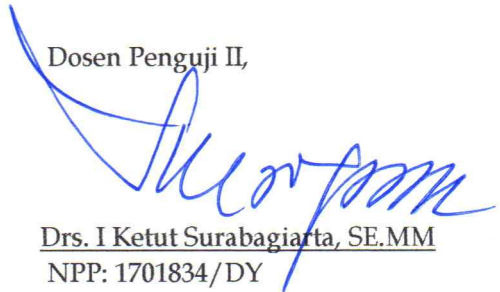
Pada Hari : Jum'at
Tanggal : 17 Januari
Tahun : 2020

Dosen Penguji I,



Drs. Sigit Prihanto U., SE.MM.
NPP: 8706188/DY

Dosen Penguji II,



Drs. I Ketut Surabagiarta, SE.MM
NPP: 1701834/DY

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh *Brand Image*, Kepercayaan Konsumen Dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E Commerce Tokopedia Mahasiswa Manajemen Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya". Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Marianus Subandowo, MS., selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Ibu Dra. Siti Istikhroh M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E.,M.Pd.,M.SM., selaku Kaprodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Ibu Dra. Hj. Yuni Sukandani, S.E.,M.M., selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa membimbing dengan sabar, memberi petunjuk dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kedua orangtua saya tercinta yang senantiasa memberikan kasih sayangnya, semangat, dan perhatian yang sangat berarti sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.
6. Sahabat-sahabat yang selalu mendukung dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini.

7. Seluruh teman-teman yang turut membantu proses penyelesaian skripsi ini.
8. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan waktu yang dimiliki penulis. Saran-saran dari para pembaca akan sangat membantu kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 10 Januari 2020

Indy Iswantoro

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Berita Acara Ujian Skripsi	iii
Surat Pernyataan Keaslian	iv
Kata Pengantar	v
Abstract	vii
Abstrak	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 <i>Brand Image</i>	15
2.2.1.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	15
2.2.1.2 Faktor-faktor <i>Brand Image</i>	15
2.2.1.3 Tujuan dan Manfaat <i>Brand Image</i>	16
2.2.1.4 Indikator dari <i>Brand Image</i>	17
2.2.2 Kepercayaan Konsumen	18
2.2.2.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen	18

2.2.2.2 Dimensi Kepercayaan Konsumen	19
2.2.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen	20
2.2.2.4 Indikator Kepercayaan Konsumen	20
2.2.3 Keamanan Transaksi	21
2.2.3.1 Pengertian Keamanan Transaksi	21
2.2.3.2 Tujuan dan Manfaat Keamanan Transaksi	22
2.2.3.3 Bentuk Keamanan Transaksi	23
2.2.3.4 Faktor yang Mempengaruhi Keamanan Transaksi	23
2.2.3.5 Indikator Keamanan Transaksi	24
2.2.4 Keputusan Pembelian	25
2.2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.2.4.2 Faktor Keputusan Pembelian	25
2.2.4.3 Hal yang Mendorong Keputusan Pembelian	27
2.2.4.4 Indikator Keputusan Pembelian	28
2.3 Kerangka Konseptual	29
2.4 Hipotesis	31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	33
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	36
3.2.1 Populasi	36
3.2.2 Sampel	36
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	37
3.3 Jenis dan Sumber Data	37
3.3.1 Jenis Data	37
3.3.2 Sumber Data	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38
3.4.1 Prosedur Pengumpulan Data	38
3.4.2 Teknik Pengumpul Data	39

3.4.3 Lokasi Penelitian	40
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	
Variabel	41
3.5.1 Variabel Penelitian	41
3.5.2 Definisi Operasional Variabel	42
3.6 Teknik Analisis Data	43
3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian	44
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	46
3.6.3 Analisis Data Menggunakan Regresi Linier Berganda	48
3.6.4 Pengujian Hipotesis	49
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1 Gambaran Umum Fakultas Ekonomi.....	51
4.1.2 Visi & Misi	52
4.1.3 Struktur Organisasi	53
4.2 Penilaian Responden Terhadap Butir Pernyataan	53
4.2.1 Frekuensi Jawaban Responden	54
4.2.1.1 Variabel Brand Image	54
4.2.1.2 Variabel Kepercayaan Konsumen	55
4.2.1.3 Variabel Keamanan Transaksi	56
4.2.1.4 Variabel Keputusan Pembelian	57
4.3 Uji Instrumen	59
4.3.1 Uji Validitas	59
4.3.2 Uji Reliabilitas	61
4.4 Uji Asumsi Klasik	62
4.4.1 Uji Normalitas	62
4.4.2 Uji Multikolinieritas	63
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	64
4.4.3 Uji Autokorelasi	66

4.5 Analisis regresi linier berganda	66
4.6 Pengujian Hipotesis	68
4.6.1 Uji T	68
4.6.2 Uji F	70
4.7 Koefisien Determinasi	71
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	73

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	77
5.2 Saran	78

DAFTAR PUSTAKA	79
----------------------	----

Lampiran-Lampiran