

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE***

Oleh

Retno Puji Astuti

8412224002

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Ujian Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi & Bisnis**



**UNIVERSITAS INSAN CENDEKIA MANDIRI
BANDUNG
TAHUN 2026**

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE*

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Ujian Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi & Bisnis

Disusun Oleh:

Nama : Retno Puji Astuti

NPM : 8412224002

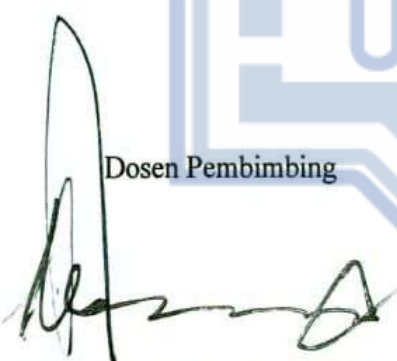
Skripsi Ini Disetujui

Tanggal

Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen


H. Ardinal Djalil, S.E., M.M.

NIDN. 406046101


Risna Haryati, S.E., M.M.

NIDN. 0426017502

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE***

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Ujian Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi & Bisnis**

Disusun Oleh:

Nama : Retno Puji Astuti

NPM : 8412224002

Skripsi Ini Disetujui

Tanggal

Oleh:

Dosen Pembimbing

H. Ardinal Djalil, S.E., M.M.

NIDN. 406046101

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi



Indriana Damaianti, S.E., M.Ak., Ph.D

NIDN. 0405069203

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Risna Harvati, S.E., M.M.

NIDN. 0426017502

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertanda Tangan dibawah ini

Nama : Retno Puji Astuti
Tempat Tanggal Lahir : Garut, 22 Maret 1995
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Universitas Insan Cendekia Mandiri.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Bandung, 23 September 2021



Retno Puji Astuti

ABSTRAK

Perkembangan *e-commerce* telah mengubah perilaku konsumen dalam melakukan transaksi pembelian, sehingga kualitas produk dan harga menjadi faktor penting yang dipertimbangkan sebelum melakukan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, serta pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 100 responden yang pernah melakukan pembelian melalui *e-commerce*. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar 14,572 dan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar 4,803 dan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Secara simultan, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung sebesar 526,424 dan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,914 menunjukkan bahwa 91,4% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan harga. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa penjual dan pengelola *e-commerce* perlu mempertahankan kualitas produk serta menetapkan harga yang sesuai dengan persepsi nilai konsumen untuk meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, *E-commerce*.

ABSTRACT

The development of e-commerce has changed consumer purchasing behavior, making product quality and price important factors considered before making a purchase decision. This study aims to determine the effect of product quality on purchasing decisions, the effect of price on purchasing decisions, and the simultaneous effect of product quality and price on purchasing decisions in e-commerce. This study employed a quantitative method involving 100 respondents who had previously made purchases through e-commerce platforms. Data were collected through questionnaires using a Likert scale and analyzed using multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results show that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, with a t-value of 14.572 and a significance value below 0.05. Price also has a positive and significant effect on purchasing decisions, with a t-value of 4.803 and a significance value below 0.05. Simultaneously, product quality and price have a significant effect on purchasing decisions, with an F-value of 526.424 and a significance value below 0.05. The Adjusted R Square value of 0.914 indicates that 91.4% of the variation in purchasing decisions can be explained by product quality and price. The implication of this study is that e-commerce sellers and managers should maintain product quality and establish prices that are appropriate to consumers' perceived value to encourage purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Purchasing Decision, E-commerce.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada *E-commerce*”** dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. H. Asep Najmudin, M.P., selaku Rektor yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu.
2. Ibu Indriana Damaianti, S.E., M.Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis yang telah memberikan dukungan fasilitas dan administrasi selama masa perkuliahan.
3. Ibu Risna Haryati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen yang selalu memberikan arahan dan motivasi kepada mahasiswa.
4. Bapak Ardinal Djalil, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta ilmu yang sangat berharga hingga skripsi ini selesai.
5. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar Program Studi Manajemen yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama masa studi.
6. Tim Dewan Penguji yang memberikan kritik, saran, dan masukan berharga demi kesempurnaan skripsi ini.
7. Kedua Orang Tua terkasih yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, serta dukungan moral maupun material yang tiada henti.
8. Seluruh keluarga besar yang selalu memberikan semangat, doa, dan dukungan penuh dalam setiap langkah perjalanan akademik penulis.

9. Pasangan terkasih, yang selalu sabar dan memberikan dukungannya kepada penulis agar selalu semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Rekan-rekan di tempat kerja, yang telah memberikan kebijaksanaan, pengertian, serta izin waktu kerja agar penulis dapat fokus menyelesaikan seluruh proses penyusunan skripsi ini.
11. Sahabat-sahabat yang tidak bisa dituliskan satu persatu, terima kasih selalu mendukung dan menunggu penulis selesai studi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, pelaku usaha, maupun pihak-pihak yang berkepentingan, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian pada *e-commerce*.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penyelesaian skripsi ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah SWT.

Bandung, 2026

Retno Puji Astuti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Pemasaran dalam Konteks E-commerce	5
2.1.2 E-commerce	6
2.1.3 Kualitas Produk	7
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk	7
2.1.3.2 Peranan Kualitas Produk dalam E-commerce	8
2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk.....	8
2.1.4 Harga.....	9
2.1.4.1 Pengertian Harga	9
2.1.4.2 Peranan Harga dalam Keputusan Pembelian	10
2.1.4.3 Indikator Harga	10
2.1.5 Keputusan Pembelian	11
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	12
2.1.5.2 Proses Keputusan Pembelian dalam E-commerce.....	12
2.1.5.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	12

2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.2.1 Yahya dan Sukandi (2022)	17
2.2.2 Nafisah dan Santoso (2022).....	17
2.2.3 Fadhlurrohman dan Taufiqurahman (2023).....	18
2.2.4 Rahmawati dan Saputro (2024)	18
2.2.5 Sofyan et al. (2024).....	18
2.2.6 Amalia et al. (2024)	19
2.2.7 Umardi, Iswati, dan Fitriyasari (2024)	19
2.2.8 Magdalena dan Fatahillah (2025)	19
2.2.9 Masfufah et al. (2025).....	20
2.2.10 Puspitasari dan Sarah (2025)	20
2.3 Research Gap	20
2.4 Kerangka Pemikiran	21
2.5 Hipotesis Penelitian	22
2.5.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.5.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.5.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Objek Penelitian.....	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1 Populasi.....	26
3.3.2 Sampel	26
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	26
3.4.1 Jenis Data.....	26
3.4.2 Sumber Data	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	27
3.6 Operasional Variabel	28
3.7 Instrumen Penelitian	29
3.8 Teknik Analisis Data	29
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	29

3.8.2 Uji Validitas	30
3.8.3 Uji Reliabilitas	31
3.8.4 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.8.4.1 Uji Normalitas	32
3.8.4.2 Uji Multikolinearitas.....	32
3.8.4.3 Uji Heteroskedastisitas	33
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda	33
3.10 Uji Hipotesis	34
3.10.1 Uji Parsial (Uji t)	34
3.10.2 Uji Simultan (Uji F).....	35
3.10.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	36
3.11 Model Penelitian	36
3.12 Hipotesis Statistik	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Data Penelitian	38
4.2 Analisis Data Hasil Penelitian	38
4.2.1 Analisis Deskriptif	38
4.2.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
4.2.2.3 Kriteria Responden Berdasarkan Pengalaman Pembelian melalui E-commerce.....	41
4.2.3 Deskripsi Jawaban Responden	42
4.3 Uji Instrumen	45
4.4 Uji Validitas.....	45
4.5 Uji Reliabilitas	46
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	47
4.6.1 Uji Normalitas	47
4.6.2 Uji Multikolinearitas.....	48
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas	49
4.6.4 Kesimpulan Uji Asumsi Klasik	49
4.7 Analisis Regresi Linear Berganda	50

4.8 Koefisien Determinasi (R^2).....	50
4.9 Pengujian Hipotesis	50
4.9.1 Uji Parsial (Uji t)	50
4.9.2 Uji Simultan (Uji F).....	50
4.10 Pembahasan	51
4.10.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.10.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.10.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara Simultan	52
4.11 Ringkasan Hasil Hipotesis.....	52
4.12 Implikasi Hasil Penelitian.....	52
4.13 Kesimpulan Bab IV	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran	62
5.2.1 Bagi Pelaku Usaha E-commerce	62
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	62
5.3 Keterbatasan Penelitian	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	28
Tabel 3.2 Kriteria Pengujian Validitas	30
Tabel 3.3 Kriteria Uji Validitas	30
Tabel 3.4 Kriteria Uji Reliabilitas	31
Tabel 3.5 Dasar Pengambilan Keputusan Uji Reliabilitas.....	31
Tabel 3.6 Dasar Pengambilan Keputusan Uji Normalitas	32
Tabel 3.7 Kriteria Uji Multikolinearitas	32
Tabel 3.8 Dasar Pengambilan Keputusan Uji Heteroskedastisitas	33
Tabel 3.9 Kriteria Pengambilan Keputusan Berdasarkan Signifikansi (Uji t).....	34
Tabel 3.10 Kriteria Pengambilan Keputusan Berdasarkan t Hitung.....	34
Tabel 3.11 Kriteria Pengambilan Keputusan Berdasarkan Signifikansi (Uji F).....	35
Tabel 3.12 Kriteria Pengambilan Keputusan Berdasarkan F Hitung	35
Tabel 3.13 Interpretasi Nilai Koefisien Determinasi (R^2)	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3 Kriteria Responden Berdasarkan Pengalaman Pembelian melalui E-commerce	41
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Variabel Kualitas Produk (X1)	42
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Variabel Harga (X2).....	43
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y)	44
Tabel 4.7 Uji Validitas.....	45
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.9 Uji Normalitas	47
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linear Berganda	50

Tabel 4.13 Koefisien Determinasi	50
Tabel 4.14 Uji Parsial (Uji t)	50
Tabel 4.15 Uji Simultan (Uji F).....	50
Tabel 4.16 Ringkasan Hasil Hipotesis.....	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Gambar 4.3 Kriteria Responden Berdasarkan Pengalaman Pembelian melalui E-commerce	41
Gambar 4.4 Rata-rata Indikator Kualitas Produk (X1).....	43
Gambar 4.5 Rata-rata Indikator Harga (X2).....	44
Gambar 4.6 Rata-rata Indikator Keputusan Pembelian (Y).....	45
Gambar 4.7 Histogram Residual Model Regresi	48
Gambar 4.8 Normal P-P Plot Residual	48
Gambar 4.9 Scatterplot Residual terhadap Nilai Prediksi	49

