

**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
TOKO *ONLINE* DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI
VARIABEL MODERATING
(Studi pada Mahasiswa Universitas Bung Hatta Padang)**

TESIS



OLEH

**DWI PRASETYO JUNI WINARSITI
NIM :1210018212087**

**UNIVERSITAS BUNG HATTA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DWI PRASETYO JUNI WINARSITI

NPM : 1210018212087

Program Studi : Magister Sains Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis dengan judul:

“PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO *ONLINE* DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING”.

Yang dibuat untuk melengkapi persyaratan menjadi Magister Sains Manajemen pada program konsentrasi Pemasaran Program Pascasarjana Bung Hatta . Se jauh yang saya ketahui, bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari tesis yang telah dipublikasikan sebelumnya dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar Magister Sains Manajemen dalam lingkungan Universitas Bung Hatta maupun di perguruan tinggi atau instansi manapun , kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Apabila dikemudian hari ternyata tidak sesuai dengan pernyataan diatas, maka penulis bersedia menerima sanksi yang dikenakan.

Padang, 16 Februari 2020

Penulis,



DWI PRASETO JUNI WINARSITI
NPM.1210018212087

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim, segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT beserta junjungan besar Nabi Muhammad SAW, berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan tesis dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko *Online* dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderating”.

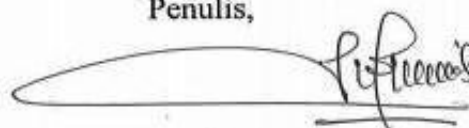
Dalam penulisan tesis ini, penulis telah banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Yulia Hendri Yeni, S.E., M.T., Ak selaku Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga serta fikirannya dalam memberikan bimbingan baik berupa ilmu, arahan, petunjuk, maupun saran yang sangat berkontribusi dalam penyelesaian tesis ini.
2. Ibu Irda, S.E., M.A selaku Pembimbing II atas motivasi serta bimbingan dalam menyelesaikan pendidikan pada Program Pascasarjana Universitas Bung Hatta Padang.
3. Bapak Dr. Akmal, S.E., M.Si dan Ibu Dr. Dwi Fitri Puspa, S.E., M.Si., Ak selaku penguji dalam sidang tesis yang telah banyak memberikan masukan dan arahan dimulai dari sidang proposal hingga sempurnanya tesis ini.
4. Bapak Sefnedi, S.E., M.M, Ph.D yang telah rela mencurahkan segala ilmu dan waktunya untuk membantu penulis dalam penyempurnaan tesis ini.

6. Ayah, ibu dan mertua yang telah senantiasa berdoa untuk keberhasilan anakmu ini dalam mewujudkan cita-cita dan menjadi anak kebanggaan ayah dan ibu serta menjadi menantu yang dapat dibanggakan nantinya.
7. Suamiku tercinta Febian Mawardi, S.S dan putraku tersayang Muhammad Athar Febian kalianlah yang selalu menjadi kekuatan mami untuk tetap bertahan dan menyelesaikan tesis ini (Luv U Both) dan keluarga tercinta.
8. Rekan-rekan seperjuangan, meski kita baru kenal dan dipertemukan dalam proses untuk meraih cita-cita bersama namun dukungan dan mau berbagi ilmu dari kalian semua membuat tesis ini menjadi lebih sempurna. (Thank's 4 all)

Dengan keterbatasan pengalaman, pengetahuan maupun kepustakaan, penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna dan perlu evaluasi lebih lanjut agar benar-benar bermanfaat. Penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang membangun demi perbaikan dimasa mendatang, terima kasih.

Padang, Februari 2020
Penulis,



Dwi Prasetyo Juni Winarsiti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
2.1 Keputusan Pembelian <i>Online</i>	17
2.1.1 Keputusan Pembelian <i>Online</i>	17
2.1.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	19
2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian <i>Online</i>	20
2.1.4 Indikator Keputusan Pembelian	22
2.2 Gaya Hidup	23
2.2.1 Gaya Hidup	23
2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup	25
2.2.3 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i>	28

2.2.4 Indikator Gaya Hidup	29
2.3 Kualitas Produk	30
2.3.1 Kualitas Produk	30
2.3.2 Klasifikasi Produk	30
2.3.3 Tingkatan Produk	31
2.3.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i>	32
2.3.5 Indikator Kualitas Produk	33
2.4 Harga 34	
2.4.1 Harga	34
2.4.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan <i>Online</i>	35
2.4.3 Indikatir Harga	37
2.5 Kepercayaan	37
2.5.1 Kepercayaan	37
2.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	41
2.5.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	44
2.5.4 Kepercayaan sebagai Moderasi pada Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Secara <i>Online</i>	45
2.5.5 Indikator Kepercayaan	46
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis	46
2.6.1 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> ...	46
2.6.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan <i>Online</i>	48
2.6.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i>	49
2.6.4 Kepercayaan sebagai Variabel Moderating terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i>	50
2.6.5 Kepercayaan Memperkuat Hubungan antara Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian <i>Online</i> pada Toko <i>Online</i>	51
2.6.6 Kepercayaan Memperkuat Hubungan antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian <i>Online</i> pada Toko <i>Online</i>	53
2.6.7 Kepercayaan Memperkuat Hubungan antara Harga	

dengan Keputusan Pembelian <i>Online</i> pada Toko <i>Online</i>	54
BAB III METODE PENELITIAN	56
3.1 Populasi dan Sampel Penelitian.....	56
3.1.1 Populasi	56
3.1.2 Sampel	56
3.2 Metode Pengumpulan Data	58
3.2.1 Kuesioner (angket)	59
3.3 Definisi Operasional Variabel	60
3.4 Metode Analisa Data	62
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif	62
3.5 Uji Instrumen	64
3.6 Uji Asumsi Klasik	66
3.6.1 Uji Normalitas	66
3.6.2 Uji Multikolinearitas	67
3.6.3 Uji Heterokedastisitas.....	67
3.7 <i>Moderated Regresion Analysis</i> (MRA)	68
3.8 Koefisien Determinasi (R^2)	69
3.9 Uji Kelayakan Model Penelitian.....	70
3.10 Uji Hipotesis.....	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	73
4.1 Gambaran Umum Responden.....	73
4.1.1 Karakteristik Responden	73
4.2 Uji Instrumen	75
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	77
4.3.1 Gaya Hidup	77
4.3.2 Kualitas Produk	78
4.3.3 Harga	80
4.3.4 Kepercayaan	81
4.3.5 Keputusan Pembelian <i>Online</i>	82

4.4 Uji Asumsi Klasik	84
4.4.1 Uji Normalitas	84
4.4.2 Uji Multikolinearitas	85
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	85
4.5 Uji Hipotesis	87
4.6 Uji Kelayakan Model	90
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	90
4.7.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> ..	90
4.7.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	92
4.7.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	93
4.7.4 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	94
4.7.5 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> Dimoderasi oleh Kepercayaan.....	94
4.7.6 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Dimoderasi oleh Kepercayaan	96
4.7.7 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Dimoderasi oleh Kepercayaan.....	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Implikasi Praktis	100
5.3 Keterbatasan dan Saran	101
DAFTAR PUSTAKA.....	103

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 : Gambaran Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi Online yang Telah Dilakukan	2
Tabel 1.2 : Gambaran Responden Berdasarkan Pembelian Secara <i>Online</i> dan <i>Offline</i>	3
Tabel 1.3 : Alexa Rank dan Google Indeks Situs Toko Online di Indonesia.....	6
Tabel 1.4 : Perbandingan Harga Toko <i>Online</i> Lazada dengan <i>Retailer</i> sejenis dan Toko <i>non-online</i>	11
Tabel 3.1 : Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	61
Tabel 3.2 : Tingkat Capaian Responden	64
Tabel 3.3 : Penskor Jawaban Berdasarkan Skala Likert	60
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	73
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	74
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Belanja Perbulan	75
Tabel 4.4 : Hasil Uji Instrumen	76
Tabel 4.5 : Deskripsi Variabel Gaya Hidup	78
Tabel 4.6 : Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	79
Tabel 4.7 : Deskripsi Variabel Harga.....	80
Tabel 4.8 : Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	81
Tabel 4.9 : Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian <i>Online</i>	83
Tabel 4.10 : Hasil Uji Normalitas dengan Motode <i>Kolmogrov-Smirnov</i>	84
Tabel 4.11 : Rangkuman Hasil pengujian Multikolinearitas.....	85
Tabel 4.12 : Hasil <i>Moderated Regression Analysis</i>	87
Tabel 4.13 : Koefisien Determinasi (R^2).....	89
Tabel. 4.14 : Tabel Uji F	90

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual	55
Gambar 4.1 : Hasil pengujian Heterokedastisitas	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuisisioner Penelitian	112
Lampiran 2	: Tabulasi Data Penelitian.....	118
Lampiran 3	: Uji Validitas dan Reliabilitas	124
Lampiran 4	: Deskripsi Variabel.....	127
Lampiran 5	: Uji Asumsi Klasik	131
Lampiran 6	: <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>	131