

**HUBUNGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN MOTIVASI
UTILITARIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA KONSUMEN DI *ONLINE SHOP***

Skripsi

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi



Oleh :

SYIFAUL ANAM

201760086

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2023

**HUBUNGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN MOTIVASI
UTILITARIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA KONSUMEN DI *ONLINE SHOP***

Skripsi

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi



Oleh :

SYIFAUL ANAM

201760086

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus dan Diterima Untuk Memenuhi
Sebagian dari Syarat-syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Psikologi.

Pada tanggal: 1 Maret 2023

Mengesahkan Fakultas Psikologi
Universitas Muria Kudus

Dekan
Iranita Hervi Mahardayani, S.Psi, M.Psi

Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Iranita Hervi Mahardayani, S.Psi, M.Psi.

2. Dr. Trubus Raharjo, S.psi., M.Si.

3. Latifah Nur Ahyani, S.psi., M.A



HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN MOTIVASI
UTILITARIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
KONSUMEN DI ONLINE SHOP**

Yang diajukan oleh

SYIFAUL ANAM

201760086

Telah disetujui dan dipertahankan Di depan Dewan Penguji oleh :

Pembimbing Utama



Iranita Hervi Mahardayani, S.Psi, M.Psi

Tanggal 21 Februari 2023

PERSEMBAHAN

Dengan segenap cinta, kasih dan doa karya ini penulis persembahkan untuk:

“Kedua orang tua saya senantiasa secara penuh mendukung, mendoakan, tanpa lelah kepada penulis untuk meraih harapan dan impiannya menjadi kenyataan.

Salah satu bukti birrul walidain kepada mereka yang akhirnya bisa membuat sedikit rasa bahagia disudut senyuman mereka”.



MOTO

***“PERJALANAN SETIAP MANUSIA ITU BERBEDA, SEBAB
PERBEDAAN ITULAH YANG MENJADIKAN KEINDAHAN DALAM
HIDUP”***



PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah yang telah diberikan penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Hubungan Kepercayaan Konsumen Dan Motivasi Utilitarian Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Di Online Shop” untuk memenuhi syarat menyelesaikan program sarjana (S1) pada Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam berbagai bentuk dalam menyelesaikan penyusunan skripsi. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:\

1. Ibu Iranita Hervi Mahardayani, S.Psi, M.Psi, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus. Sekaligus selaku pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, bantuan, motivasi, semangat, saran, masukan serta telah meluangkan banyak waktu kepada penulis
2. Ibu Latifah Nur Ahyani, S.Psi, M.A. Selaku Ketua Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus.
3. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus terutama yang mengajarkan penulis, dan telah banyak memberikan banyak bimbingan/ ilmu, tauladan yang baik, dan motivasi kepada saya selama menimba ilmu di Fakultas Psikologi.
4. Terima kasih banyak saya ucapkan untuk semua pihak yang tidak bisa saya ungkapkan satu persatu.

Semua yang telah mendukung proses perjalanan pembuatan skripsi saya,

penulis mengucapkan terimakasih, semoga kebaikan yang kalian berikan mendapat balasan dari Allah SWT. Semoga karya sederhana ini menjadi hal yang bermanfaat bagi segenap civitas akademika, khususnya untuk Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus.

Penulis menyadari jika penulisan dan penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Kritik dan saran dari pembaca sangatlah penulis harapkan dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk penelitian-penelitian selanjutnya.



DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iv |
| PERSEMBAHAN | v |
| MOTO | vi |
| PRAKATA | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| ABSTRAK | xiii |
| ABSTRACT | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Tujuan Penelitian..... | 9 |
| C. Manfaat Penelitian..... | 9 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. Keputusan Pembelian <i>Online Shop</i> | 10 |
| 1. Pengertian Keputusan Pembelian <i>Online Shop</i> | 10 |
| 2. Dimensi-dimensi Keputusan Pembelian | 11 |
| 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian | 14 |
| B. Kepercayaan Konsumen | 20 |
| 1. Pengertian Kepercayaan Konsumen | 20 |
| 2. Aspek-aspek Kepercayaan Konsumen..... | 21 |
| C. Motivasi Utilitarian..... | 23 |
| 1. Pengertian Motivasi Utilitarian..... | 23 |
| 2. Dimensi Motivasi Utilitarian | 24 |
| D. Dinamika Kepercayaan Konsumen Dan Motivasi Utilitarian Terhadap Keputusan Pembelian | 26 |

| | |
|---|-----------|
| E. Hipotesis | 28 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Identifikasi Variabel | 29 |
| B. Definisi Operasional Variabel | 29 |
| C. Subjek Penelitian | 31 |
| D. Metode Pengumpulan Data | 32 |
| E. Validitas dan Reliabilitas | 35 |
| F. Metode Analisis Data | 36 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| A. Orientasi Kancah Penelitian | 37 |
| B. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian | 37 |
| 1. Persiapan Penelitian | 37 |
| 2. Pelaksanaan Penelitian | 41 |
| C. Analisis Data dan Hasil Penelitian | 41 |
| 1. Validitas dan Reliabilitas Instrumen | 41 |
| 2. Uji Asumsi | 44 |
| 3. Uji Hipotesis | 46 |
| D. Pembahasan | 49 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | |
| A. Simpulan | 53 |
| B. Saran | 53 |
| DAFTAR PUSTAKA | 54 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-------------|--|----|
| Tabel 3. 1 | Blue Print Skala Keputusan Pembelian di Online Shop | 33 |
| Tabel 3. 2 | Blue Print Skala Kepercayaan Konsumen | 34 |
| Tabel 3. 3 | Blue Print Skala Motivasi Utilitarian..... | 34 |
| Tabel 4. 1 | Blue Print Sebaran Item Keputusan Pembelian di Online Shop..... | 39 |
| Tabel 4. 2 | Blue Print Sebaran Item Kepercayaan Konsumen..... | 40 |
| Tabel 4. 3 | Blue Print Sebaran Item Motivasi Utilitarian | 40 |
| Tabel 4. 4 | Sebaran Item Skala Keputusan Pembelian Yang Valid Maupun Yang Gugur | 42 |
| Tabel 4. 5 | Sebaran Item Skala Kepercayaan Kosumen Yang Valid Maupun Yang Gugur..... | 43 |
| Tabel 4. 6 | Sebaran Item Skala Motivasi Utilitarian Yang Valid Maupun Yang Gugur | 44 |
| Tabel 4. 7 | Hasil Analisis Uji Normalitas | 44 |
| Tabel 4. 8 | Hasil Analisis Uji Linieritas Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Konsumen | 45 |
| Tabel 4. 9 | Hasil Analisis Uji Linieritas Keputusan Pembelian dengan Motivasi Utilitarian..... | 46 |
| Tabel 4. 10 | Hasil Analisis Regresi Berganda Kepercayaan Konsumen dan Motivasi Utilitarian dengan Keputusan Pembelian | 46 |
| Tabel 4. 11 | Hasil Analisis Korelasi Kepercayaan Konsumen dengan Keputusan Pembelian..... | 47 |
| Tabel 4. 12 | Hasil Analisis Motivasi Utilitarian dengan Keputusan Pembelian.. | 48 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Skala Penelitian

A-1 Data Kasar Keputusan Pembelian

A-2 Data Kasar Kepercayaan Konsumen

A-3 Data Kasar Motivasi Utilitarian

Lampiran B Data Kasar

B-1 Data Kasar Keputusan Pembelian

B-2 Data Kasar Kepercayaan Konsumen

B-3 Data Kasar Motivasi Utilitarian

Lampiran C Validitas dan Reliabilitas

C-1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian

C-2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kepercayaan Konsumen

C-3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Motivasi Utilitarian

Lampiran D Skor Total

Lampiran E Uji Asumsi

Lampiran F Screening Judul Form A & Form B

Hubungan Kepercayaan Konsumen Dan Motivasi Utilitarian Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di Online Shop

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai adanya kepercayaan konsumen dan motivasi utilitarian dengan keputusan pembelian di online shop pada mahasiswa. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Subjek penelitian berjumlah 90 konsumen. Analisis data menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian dari perhitungan uji hipotesis mayor diatas diperoleh nilai koefisien korelasi dari ketiga variabel yaitu $r_{x1,2y} = 0,885$ dengan nilai $p = 0,000$ atau ($p < 0,01$). Berdasarkan hasil analisis regresi tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan antara kepercayaan konsumen dan motivasi utilitarian dengan keputusan pembelian di online shop pada mahasiswa. Adapun sumbangan efektif variabel kepercayaan konsumen dan motivasi utilitarian terhadap keputusan pembelian di online shop pada mahasiswa 78,3% dan 21,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Kemudian pada hipotesis minor menunjukkan adanya hubungan positif antara kepercayaan konsumen dengan keputusan pembelian dan hubungan negatif antara motivasi utilitarian dengan kepercayaan konsumen.

Kata Kunci: *keputusan pembelian, kepercayaan konsumen, utilitarian*

***The Relationship between Consumer Trust and Utilitarian Motivation on
Purchasing Decisions for Consumers in Online Stores***
ABSTRACT

This research was conducted with the aim of testing the hypothesis regarding the existence of consumer trust and utilitarian motivation with purchasing decisions in online shops for students. The research method uses a correlational quantitative approach. The research subjects were 90 consumer. Data analysis using multiple regression. The results of the study from the calculation of the major hypothesis test above obtained the correlation coefficient values of the three variables, namely $r_{x1.2y} = 0.885$ with a value of $p = 0.000$ or ($p < 0.01$). Based on the results of the regression analysis, it shows that there is a very significant relationship between consumer trust and utilitarian motivation and purchasing decisions in online shops for students. The effective contribution of consumer trust and utilitarian motivation variables to purchasing decisions in online shops for students is 78.3% and 21.7% influenced by other factors. Then the minor hypothesis shows a positive relationship between consumer trust and purchasing decisions and a negative relationship between utilitarian motivation and consumer trust.

Keywords: *purchase decision, consumer trust, utilitarian*

