

Analisis Pengaruh *Store Badges*, *Product Quality*, dan *Price Perception* terhadap *Customer Trust* serta *Purchase Decision* di *Platform E-Commerce*

SINTA AMELIA

1710621036



Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Bisnis pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2025**

Analysis of the Effect of Store Badges, Product Quality, and Price Perception on Customer Trust and Purchasing Decisions on E-Commerce Platforms

SINTA AMELIA

1710621036



This thesis is prepared as one of the requirements to obtain a Bachelor of Business Degree at the Faculty of Economics and Business, State University of Jakarta.

**DIGITAL BUSINESS STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2025**

ABSTRAK

Sinta Amelia, Analisis Pengaruh *Store Badges*, *Product Quality*, dan *Price Perception* terhadap *Customer Trust* serta *Purchase Decision* di Platform *E-Commerce*, Skripsi. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *store badges*, *product quality*, dan *price perception* terhadap *customer trust* serta *purchase decision* pada platform *e-commerce* Tokopedia. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner daring yang disebarakan kepada pengguna aktif Tokopedia. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Tokopedia, dengan jumlah sampel sebanyak 320 responden yang ditentukan melalui teknik purposive sampling. Penelitian ini menggunakan 40 indikator untuk mengukur variabel-variabel penelitian. Pengolahan data dilakukan dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan software AMOS. Dari tujuh hipotesis yang diajukan, enam di antaranya menunjukkan hasil yang signifikan, sedangkan satu hipotesis ditolak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store badges*, *product quality*, dan *price perception* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer trust* maupun *purchase decision*. Namun, *customer trust* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *purchase decision*.

Kata Kunci: *Store Badges, Product Quality, Price Perception, Customer Trust, Purchase Decision, E-Commerce.*

ABSTRACT

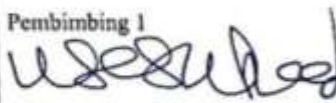
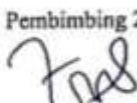
Sinta Amelia, Analysis of the Influence of Store Badges, Product Quality, and Price Perception on Customer Trust and Purchase Decisions on E-Commerce Platforms, Thesis. Jakarta: Faculty of Economics and Business, Jakarta State University, 2025.

This study aims to analyze the influence of store badges, product quality, and price perception on customer trust and purchase decisions on the Tokopedia e-commerce platform. This study uses a quantitative approach with data collection methods through online questionnaires distributed to active Tokopedia users. The population in this study is Tokopedia users, with a sample size of 320 respondents determined using purposive sampling techniques. This study uses 40 indicators to measure the research variables. Data processing is conducted using the Structural Equation Modeling (SEM) method with AMOS software. Out of the seven hypotheses proposed, six show significant results, while one hypothesis is rejected. The results indicate that store badges, product quality, and price perception have a significant influence on customer trust and purchase decisions. However, customer trust does not have a significant influence on purchase decisions.

Keywords: Store Badges, Product Quality, Price Perception, Customer Trust, Purchase Decision, E-Commerce

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Lembar Persetujuan Ujian Skripsi

PERSETUJUAN PEMBIMBING DIPERSYARATKAN UNTUK UJIAN SKRIPSI	
Pembimbing 1  Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D NIP. 197002122008121001 18 Juli 2025	Pembimbing 2  Meta Bara Berutu, S.E., M.M. NIP. 199409222022032012 18 Juli 2025
Mengetahui, Koordinator Program Studi Bisnis Digital  Dr. Ryna Parlyna, M.B.A NIP. 197701112008122003 18 Juli 2025	
Nama : Sinta Amelia No. Registrasi : 1710621036 Program Studi : Bisnis Digital	

*Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap Lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Muhammad Rizan, S.E., M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Ryna Parlysa, M.B.A NIP. 197701112008122003 (Ketua)		28/07/2025
2	Dr. Widya Parimita, SE., M.P.A NIP. 197006052001122001 (Penguji 1)		28/07/2025
3	Dr. Andrian Haro, S.Si., M.M NIP. 198509242014041002 (Penguji 2)		1/08/2025
4	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		29/07/2025
5	Meta Bara Berutu, S.E., M.M NIP. 199409222022032012 (Pembimbing 2)		28/07/2025
Nama : Sinta Amelia No. Registrasi : 1710621036 Program Studi : S1 Bisnis Digital Tanggal Lulus : 25 Juli 2025			

F072020

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sinta Amelia
NIM : 1710621036
Prodi : S1-Bisnis Digital
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Store Badges*, *Product Quality*, dan *Price Perception* terhadap *Customer Trust* serta *Purchase Decision* di *Platform E-Commerce*

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun perguruan tinggi lain. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka. Pertanyaan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 25 Juli 2025



Sinta Amelia

NIM. 1710621036

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220 Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Sinta Amelia

NIM : 1710621036

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Alamat Email : sintamelia2@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain ()

yang berjudul :

Analisis Pengaruh Store Badges, Product Quality, dan Price Perception terhadap Customer Trust serta Purchase Decision di Platform E-Commerce

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Juli 2025

Penulis

(Sinta Amelia)

KATA PENGATAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh *Store Badges*, *Product Quality*, dan *Price Perception* terhadap *Customer Trust* serta *Purchase Decision* di Platform *E-Commerce*.”

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak yang sangat berperan penting. Oleh karena itu, dengan tulus penulis menyampaikan terima kasih dan apresiasi sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Mohammad Rizan, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, atas kebijakan dan berbagai fasilitas yang telah diberikan selama penulis menjalani proses studi.
2. Ryna Parlyna, M.B.A selaku Koordinator Program Studi S1 Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, atas arahan dan dukungannya selama perkuliahan.
3. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D., selaku dosen pembimbing I, atas ilmu, waktu, serta saran-saran berharga yang sangat membantu dalam penyusunan skripsi ini.
4. Meta Bara Berutu, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing II, yang telah memberikan arahan, saran, dan kesabarannya dalam membimbing penulis mulai dari awal hingga tersusunnya skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNJ yang telah membagikan ilmu dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.

6. Kedua orang tua beserta kakak tercinta, atas doa, dukungan moral, serta motivasi yang menjadi sumber kekuatan utama dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa Bisnis Digital angkatan 2021, atas semangat kebersamaan, kerja sama, serta motivasi yang selalu menyertai hingga tahap akhir penulisan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan guna perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang bisnis digital, serta menjadi referensi yang bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 25 Juli 2025

Sinta Amelia

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	v
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	viii
KATA PENGATAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Manfaat Praktis	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Teori Pendukung	15
2.1.1 <i>Store Badges</i>	15
2.1.2 <i>Product Quality</i>	19
2.1.3 <i>Price Perception</i>	22
2.1.4 <i>Customer Trust</i>	25

2.1.5	<i>Purchase Decision</i>	28
2.2	Penelitian Terdahulu.....	31
2.3	Kerangka Teori.....	39
2.4	Hipotesis Penelitian.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....		46
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian.....	46
3.3.1	Tempat Penelitian.....	46
3.3.2	Waktu Penelitian	46
3.2	Desain Penelitian.....	46
3.3	Populasi dan Sampel	46
3.3.1	Populasi.....	47
3.3.2	Sampel.....	47
3.4	Pengembangan Instrumen	48
3.4.1	<i>Store Badges</i>	48
3.4.2	<i>Product Quality</i>	50
3.4.3	<i>Price Perception</i>	53
3.4.4	<i>Customer Trust</i>	55
3.4.5	<i>Purchase Decision</i>	56
3.5	Skala Pengukuran.....	59
3.6	Teknik Pengumpulan Data	59
3.7	Teknik Analisis Data	60
3.7.1	Analisis Deskriptif	60
3.7.2	Uji Validitas.....	60
3.7.3	Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	61
3.7.4	Uji Reliabilitas	61

3.7.5	Uji Kesesuaian Model	61
3.7.6	Uji Hipotesis	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		65
4.1	Deskripsi Data	65
4.1.1	Karakteristik Responden	65
4.2	Analisis Deskriptif	68
4.2.1	Variabel <i>Store Badges</i>	68
4.2.2	Variabel <i>Product Quality</i>	70
4.2.3	Variabel <i>Price Perception</i>	73
4.2.4	Variabel <i>Customer Trust</i>	75
4.2.5	Variabel <i>Purchase Decision</i>	77
4.3	Hasil Penelitian	79
4.3.1	Hasil Uji Validitas	80
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	81
4.3.3	Hasil Uji Kesesuaian Model.....	82
4.3.4	Hasil Uji Hipotesis	86
4.4	Pembahasan.....	86
4.4.1	<i>Store Badges</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	87
4.4.2	<i>Store Badges</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	88
4.4.3	<i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	89
4.4.4	<i>Product Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	90
4.4.5	<i>Price Perception</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	91
4.4.6	<i>Price Perception</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	92
4.4.7	<i>Customer Trust</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		95

5.1	Kesimpulan	95
5.2	Implikasi.....	97
5.2.1	Implikasi Teoritis.....	97
5.2.2	Implikasi Praktis	98
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	98
5.4	Rekomendasi Penelitian Selanjutnya	99
DAFTAR PUSTAKA.....		101
LAMPIRAN.....		115



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Layanan Internet yang Sering Diakses Masyarakat Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Estimasi Nilai Transaksi <i>E-Commerce</i> di Indonesia	4
Gambar 1. 3 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023	4
Gambar 1. 4 Kecenderungan Memilih Penjual di Marketplace.....	8
Gambar 1. 5 Marketplace dengan Kualitas Produk Terbaik	9
Gambar 1. 6 Kebiasaan Pembeli Online saat Berbelanja di Marketplace.....	10
Gambar 2. 1 Kerangka Teori	40
Gambar 4. 1 <i>Full Model</i> SEM AMOS	83
Gambar 4. 2 <i>Fitted Model</i> SEM AMOS	84



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen <i>Store Badges</i>	49
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian <i>Product Quality</i>	51
Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen Penelitian <i>Price Perception</i>	53
Tabel 3. 4 Kisi-kisi Instrumen Penelitian <i>Customer Trust</i>	55
Tabel 3. 5 Kisi-kisi Instrumen Penelitian <i>Purchase Decision</i>	57
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	65
Tabel 4. 2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Store Badges</i>	69
Tabel 4. 3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>	71
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Price Perception</i>	74
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Trust</i>	76
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Decision</i>	78
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	80
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	82
Tabel 4. 9 Hasil <i>Full Model</i> SEM AMOS	83
Tabel 4. 10 Hasil <i>Fitted Model</i> SEM AMOS	85
Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Pertanyaan	115
Lampiran 2. Surat Persetujuan Dosen Pembimbing	123
Lampiran 3. Lembar Persetujuan Perbaikan	124
Lampiran 4. Kartu Konsultasi	125
Lampiran 5. Deskripsi Responden	126
Lampiran 6. Exploratory Factor Analysis (EFA)	127
Lampiran 7. Uji Reliabilitas	132
Lampiran 8. Uji Hipotesis	135
Lampiran 9. Hasil Kuesioner Penelitian	136
Lampiran 10. Riwayat Hidup	149

