

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN
KONSUMEN DAN KUALITAS *WEB* TERHADAP
MINAT BELI *ONLINE***

**(Studi Konsumen Bekasi Yang Berbelanja Di Situs Jual
Beli *Online TOKOPEDIA.COM*)**

SKRIPSI

AI NONOH KHOERIAH

2114500368



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

JAKARTA

2019

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN
KONSUMEN DAN KUALITAS *WEB* TERHADAP
MINAT BELI *ONLINE***

**(Studi Konsumen Bekasi Yang Berbelanja Di Situs Jual
Beli *Online TOKOPEDIA.COM*)**

SKRIPSI

AI NONOH KHOERIAH

2114500368



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

JAKARTA

2019

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KUALITAS *WEB* TERHADAP MINAT BELI *ONLINE*

yang disusun untuk melegkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 28 Maret 2019



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KUALITAS *WEB* TERHADAP MINAT BELI *ONLINE*

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Ibu Imelda Aprileny, SE, ME dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Jakarta, 28 Maret 2019

Menyetujui
Pembimbing,



Imelda Aprileny, SE, ME

Mengetahui
Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, M.Sc

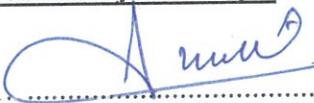
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KUALITAS *WEB* TERHADAP MINAT BELI *ONLINE*

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), pada tanggal 26 Maret 2019 dengan nilai B+.

Panitia Ujian Skripsi

1. ; Drs. Sumitro, MSc
(Ketua Program Studi S-1 Manajemen)
2. ; Muhammad Ramaditya, BBA., MSc
(Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen)
3. ; Imelda Aprileny, SE, ME
(Pembimbing)
4. ; Drs. Jusuf Hariyanto, MSc
(Anggota Penguji)
5. ; Megayani, SE, MM
(Anggota penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wata'ala atas berkat karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis sampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Ibu Imelda Aprileny,SE,ME selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Jusuf Hariyanto, MSc dan Ibu Megayani, SE,MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.
4. Bapak Drs, Sumitro, MSc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI).
5. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen, STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
6. Kedua orang tua dan adik saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya dan segala pengorbanan selama kuliah.
7. Sahabatku dan teman yang sudah menjadi motivator pribadi tanpa henti memberikan dukungan dan semangat untuk berusaha lebih baik dan bekerja lebih keras.

Peneliti sangat menyadari bahwa dalam Skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kelemahan baik secara penulisan maupun yang lainnya. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan penelitian ini.

Jakarta, 28 Maret 2019

Ai Nonoh Khoeriah
NPM 2114500368

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ai Nonoh Khoeriah
NPM : 2114500368
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Non eksklusif *Non exclusive Royalty- Free Right***) atas skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KUALITAS *WEB* TERHADAP MINAT BELI *ONLINE*

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bekasi
Pada tanggal : 28 Maret 2019

Yang menyatakan,

Ai Nonoh Khoeriah

<p>Ai Nonoh Khoeriah NPM 2114500368 Program Studi S-1 Manajemen</p>	<p>Dosen Pembimbing : Imelda Aprileny SE,ME</p>
<p>PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KUALITAS <i>WEB</i> TERHADAP MINAT BELI <i>ONLINE</i></p>	
<p>ABSTRAK</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Konsumen, Kualitas <i>Web</i> terhadap Minat Beli <i>Online</i> Tokopedia,</p> <p>Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif, sedangkan metoda yang digunakan adalah metoda survey, yaitu dimana penelitian ini mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya dan sampel dari penelitian ini adalah 100 orang analisis statistik data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 24.</p> <p>Diperoleh kesimpulan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli <i>online</i>, kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli <i>online</i>, kualitas <i>web</i> berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli <i>online</i>,Diperoleh hasil uji simultan terbukti pengaruh persepsi harga, kepercayaan konsumen dan kualitas <i>web</i> an terdapat pengaruh langsung yang signifikan.</p>	
<p>Kata Kunci : Persepsi Harga, Kepercayaan Konsumen,Kualitas <i>Web</i>, Minat Beli</p>	

<p>Ai Nonoh Khoeriah NPM 2114500368 The Study Program S-1 Management</p>	<p>Supervising Lecturer : Imelda Aprileny,SE,ME</p>
<p><i>INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, CONSUMER TRUST, WEB QUALITY, ON CONSUMER BUYING INTEREST ONLINE</i></p>	
<p><i>ABSTRACT</i></p> <p><i>This study aimed to know the influence of perception interest, consumer confidence, quality of a web against online tokopedia interest in buying.</i></p> <p><i>A strategy used in this research was associative strategy, while method is used a survey method, that is where this study her to take samples from a population and used a questionnaire to collect sample and of the study are 100 people, statistical analysis I have done in the study using help spss program version 24.</i></p> <p><i>Obtained the perception that the significant positive on, online buying interest consumer confidence significant positive on, online buying interest the quality of a significant positive on, online buying interest the results proved the simultaneous perception, influence prices consumer confidence and the quality of the web and direct is significant.</i></p>	
<p><i>Keywords: Price Perception, Consumer Trust, Web Quality, Buying Interest</i></p>	

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	12
2.2. Landasan Teori	19
2.2.1. Pengertian Pemasaran	19
2.2.2. Pemasaran Jasa	20
2.2.3. Bauran Pemasaran	21
2.2.4. Kinerja Keuangan Perusahaan.....	23
2.3. Persepsi Harga	23
2.3.1. Pengertian Persepsi Harga	23
2.3.2. Dimensi Strategik Harga	25

2.4. Kepercayaan Konsumen	26
2.5. Kualitas Produk	28
2.6. Kualitas Web	29
2.7. Dimensi Kualitas Jasa	30
2.8. Pengertian Minat Beli	31
2.9. Hubungan AntarVariabel.....	32
2.9.1. Pengaruh Persepsi Harga (X_1) Terhadap Minat Beli <i>Online</i> (Y)	33
2.9.2. Pengaruh Kepercayaan Konsumen (X_2) Terhadap Minat Beli <i>Online</i> (Y)	33
2.9.3. Pengaruh Kualitas <i>Web</i> (X_3) Terhadap Minat Beli <i>Online</i> (Y)	33
2.9.2. Pengaruh Persepsi Harga (X_1) Kepercayaan Konsumen (X_2) Kualitas <i>Web</i> (X_3) Terhadap Minat Beli <i>Online</i> (Y)	33
2.10. Hipotesis	34
2.11. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1. Strategi Penelitian.....	36
3.2. Populasi dan Sampel.....	36
3.2.1. Populasi Penelitian.....	36
3.2.2. Sampel Penelitian	36
3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data	38
3.3.1. Studi Lapangan	38
3.3.2. Studi Pustaka	38
3.4. Jenis Pengumpulan Data	39
3.4.1. Data Primer	39
3.4.2. Data sekunder	39
3.5. Operasional Variabel	40
3.6. Metode Analisis Data	42
3.6.1. Uji Validitas.....	42
3.5.2. Uji Reliabilitas	43

3.7. Analisis Koefisien Determinasi	43
3.7.1. Koefisien Determinasi Parsial	44
3.7.2. Koefisien Determinasi Berganda	44
3.8. Pengujian Hipotesis	45
3.8.1. Uji Parsial (Uji t)	45
3.8.2. Uji Simultan (Uji F)	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1. Obyek Penelitian	47
4.1.1. Visi dan Misi	48
4.1.2. Layanan Tokopedia	48
4.2. Data Penelitian.....	49
4.2.1. Deskripsi Karakteristik Responden	49
4.2.2. Deskripsi Data	49
4.3. Hasil Uji Instrumen Data	52
4.3.1. Pengujian Instrumen Data	52
4.4. Analisis Koefisien Determinasi	54
4.4.1. Koefisien determinasi Parsial	55
4.5. Uji Hipotesis.....	57
4.5.1. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	57
4.5.2. Hasil Uji Simultan (Uji F)	58
4.6. Analisis Statistik Data	59
4.7. Pengujian Hipotesis	60
4.8. Temuan Hasil Penelitian	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1. Simpulan	63
5.2. Saran	63
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya	63
DAFTAR REFERENSI	76
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Tabel Skala Likert	31
Tabel 3.2. Tabel Uji Instrument	40
Tabel 4.1. Tabel Karakteristik Responden	48
Tabel 4.2. Tabel Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.3. Tabel Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.4. Tabel Koefisien Determinasi	54
Tabel 4.5. Tabel Korelasi Parsial	55
Tabel 4.6. Tabel Korelasi Parsial	55
Tabel 4.7. Tabel Korelasi Parsial	56
Tabel 4.8. Tabel Hasil Uji Parsial t	56
Tabel 4.9. Tabel Hasil Uji Simultan F	58

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1.	Pertumbuhan Pengguna Internet	2
Gambar 1.2.	Perkembangan E-Commerce di Indonesia	3
Gambar 1.3.	Perkembangan Nilai Transaksi E-commerce	4
Gambar 1.4.	Online Store Most Google Rearch 2017	6
Gambar 1.5.	E-commerce yang paling banyak dicari tahun 2017	7
Gambar 1.6.	Pengaduan pembeli kepada penjual	8
Gambar 4.1.	Diagram Skala Likert Persepsi Harga	49
Gambar 4.2.	Diagram Skala Likert Kepercayaan Konsumen	50
Gambar 4.3.	Diagram Skala Likert Kualitas Web	50
Gambar 4.4.	Diagram Skala Likert Persepsi Harga	51

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner.....	68
Lampiran 2. Data Hasil Kuisisioner X1.....	72
Lampiran 3. Data Hasil Kuisisioner X2.....	75
Lampiran 4. Data Hasil Kuisisioner X3.....	78
Lampiran 5. Data Hasil Kuisisioner Y	81
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X1).....	84
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Kepercayaan Konsumen (X2).....	85
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Kualitas <i>Web</i> (X3)	85
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y)	86
Lampiran 10. Hasil Uji Reliabilitas	87
Lampiran 11. Hasil Uji Korelasi Parsial	88
Lampiran 12. Hasil Uji Korelasi Berganda	89
Lampiran 13. Struktur Organisasi TOKOPEDIA	90