

**PENGARUH DESAIN USER INTERFACE, HARGA  
PRODUK DAN REPUTASI MERCHANT TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN GADGET DI TOKOPEDIA**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Indonesia)**

**SKRIPSI**

**ACHMAD FAUZI**

**21180000339**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2022**

**PENGARUH DESAIN USER INTERFACE, HARGA  
PRODUK DAN REPUTASI MERCHANT TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN GADGET DI TOKOPEDIA**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Indonesia)**

**SKRIPSI**

**ACHMAD FAUZI**

**21180000339**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH DESAIN *USER INTERFACE*, HARGA PRODUK DAN  
REPUTASI *MERCHANT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
GADGET DI TOKOPEDIA**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Indonesia)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Strata I Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi maupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STIE dan Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 24 Agustus 2022



**ACHMAD FAUZI**  
**NIM 21180000339**

Skripsi dengan judul:

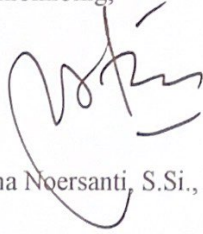
**PENGARUH DESAIN *USER INTERFACE*, HARGA PRODUK DAN  
REPUTASI *MERCHANT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
GADGET DI TOKOPEDIA**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Indonesia)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan ibu Lina Noersanti, S.Si., M.Si dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, Serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi Strata 1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.

Jakarta, 24 Agustus 2022

Pembimbing,



Lina Noersanti, S.Si., M.Si

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Dr. Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc

## HALAMAN PENGESAHAN



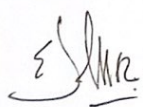

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH DESAIN *USER INTERFACE*, HARGA PRODUK DAN  
REPUTASI *MERCHANT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
GADGET DI TOKOPEDIA**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Indonesia)**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 24 Agustus 2022 dengan nilai 4

**Panitia Ujian Skripsi**

1.  : Dr. Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  : Lina Noersanti, S.Si., M.Si  
(Pembimbing)
3.  : Dr. Engkur, S.IP., ME  
(Anggota Penguji I)
4.  : Irfan Arif Husen, S.Sos., MM  
(Anggota Penguji II)

# KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis ucapkan kehairat Allah SWT Tuhan Semesta Alam atas berkat rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Desain User Interface, Harga Produk Dan Reputasi Merchant Terhadap Keputusan Pembelian Gadget Di Tokopedia.”

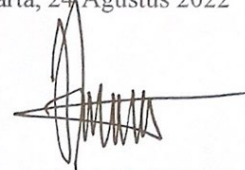
Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan rasa terima kasih sedalam- dalamnya kepada:

1. Ibu Lina Noersanti, S.Si., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Engkur, S.IP., ME dan Bapak Irfan Arif Husen, S.Sos., 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, Jakarta.
4. Bapak Dr. Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku Kepala Program S-1 Manajemen.
5. Seluruh Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan segenap ilmunya kepada peneliti selama masa pendidikan.
6. Kepada sahabat seperjuangan Manajemen 1-B angkatan tahun 2018 reguler malam yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
7. Teruntuk Syifa Aprilia yang selalu siap sedia membantu dan menemani dalam suka dan duka selama berkuliah dan dalam menyusun rangkaian skripsi ini.

8. Teristimewa untuk keluarga dan kedua orang tua, terutama ibu saya Almh. Hj. Ramlah yang telah wafat tahun lalu. Terima kasih sudah menjadi ibu terbaik di dunia, semua kasih sayang dan pengorbanan juga pelajaran kehidupan yang engkau berikan akan selalu diingat sepanjang hayat.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 24 Agustus 2022



**ACHMAD FAUZI**

NIM 21180000339

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Achmad Fauzi  
NPM : 2118000339  
Program Studi : S-1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

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

### **PENGARUH DESAIN *USER INTERFACE*, HARGA PRODUK DAN REPUTASI *MERCHANT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GADGET DI TOKOPEDIA**

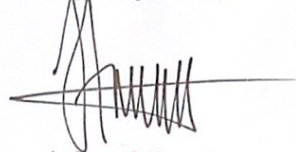
**(Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Indonesia)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/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 : Jakarta  
Pada tanggal : 11 Agustus 2022

Yang menyatakan,



**Achmad Fauzi**



Achmad Fauzi  
21180000339  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:  
Lina Noersanti, S.Si., M.Si

**PENGARUH DESAIN *USER INTERFACE*, HARGA PRODUK  
DAN REPUTASI *MERCHANT* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN GADGET DI TOKOPEDIA  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Indonesia)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah Desain *User Interface*, Harga Produk dan Reputasi *Merchant* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Gadget di Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Indonesia).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden mahasiswa/i STIE Indonesia. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Partial Least Square (PLS) 3.0 dengan pengujian hipotesis menggunakan uji t.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa (1) Desain *User Interface* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian gadget di Tokopedia, (2) Harga Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian gadget di Tokopedia, (3) Reputasi *Merchant* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian gadget di Tokopedia.

***Kata Kunci: Desain User Interface, Harga Produk, Reputasi Merchant dan Keputusan Pembelian***

Achmad Fauzi  
21180000339  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:  
Lina Noersanti, S.Si., M.Si

**THE EFFECT OF USER INTERFACE DESIGN, PRODUCT  
PRICES AND MERCHANT REPUTATION ON GADGET  
PURCHASE DECISIONS AT TOKOPEDIA**

**(Case Study on STIE Indonesia Students)**

**ABSTRACT**

This study aims to test whether *User Interface Design*, *Product Prices* and *Merchant Reputation* affect *Gadget Purchase Decisions at Tokopedia (Case Study on Indonesian STIE Students)*.

The sampling technique used in this study was purposive sampling method with a total sample of 100 respondents from STIE Indonesia students. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. Data analysis in this study used the Partial Least Square (PLS) 3.0 method with hypothesis testing using the t test.

The result are (1) *User Interface Design* has a significant effect on purchasing decisions for gadgets at Tokopedia. (2) *Product Prices* have no significant effect on purchasing decisions for gadgets at Tokopedia, (3) *Merchant Reputation* has a significant effect on purchasing decisions for gadgets at Tokopedia.

***Keyword: User Interface Design, Product Prices, Merchant Reputation and Purchase Decision.***

# DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI .....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II</b> .....	8
2.1. Landasan Teori .....	8
<b>2.1.1. Teori Manajemen Pemasaran</b> .....	13
<b>2.1.2. Pengertian Desain User Interface</b> .....	13
<b>2.1.3. Harga Produk</b> .....	16
<b>2.1.4. Reputasi</b> .....	19
<b>2.1.5. E-Commerce</b> .....	22
<b>2.1.6. Gadget</b> .....	23
<b>2.1.7. Keputusan Pembelian</b> .....	25
2.2. Hasil Penelitian Terhadulu .....	33
2.3. Kerangka Konseptual Penelitian .....	38
<b>2.3.1. Kerangka Pikir</b> .....	38

2.3.2. Hipotesis atau Proposisi.....	38
2.3.3. Hubungan Antar Variabel .....	39
<b>BAB III.....</b>	<b>42</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	42
3.2. Populasi dan Sampel .....	42
3.2.1. Sampel Penelitian.....	42
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	43
3.3.1. Jenis Data.....	43
3.3.2. Metode Pengumpulan Data.....	44
3.4. Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	44
3.5. Metode Analisis Data .....	46
3.5.1. Analisis Deskriptif.....	47
3.5.2. Pengujian Hipotesis.....	51
<b>BAB IV .....</b>	<b>53</b>
4.1. Analisis Deskriptif.....	53
4.1.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	53
4.1.2. Deskripsi Responden.....	54
4.1.3. Deskripsi Variabel.....	56
4.2. Analisis Data .....	63
4.2.1. Evaluasi Measurement Model (Outer Model).....	63
4.2.2. Evaluasi Structural Model (Inner Model) .....	72
4.2.3. Pengujian Hipotesis.....	75
4.3. Pembahasan .....	78
4.3.1. Pengaruh Desain <i>User Interface</i> Dan Keputusan Pembelian .....	80
4.3.2. Pengaruh Harga Produk Dan Keputusan Pembelian.....	81
4.3.3. Pengaruh Reputasi <i>Merchant</i> Dan Keputusan Pembelian .....	81
<b>BAB V.....</b>	<b>83</b>
5.1. Simpulan.....	83
5.2. Saran.....	83
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	84

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
3.1 Skor Skala Likert.....	44
3.2 Indikator Desain User Interface .....	45
3.3 Indikator Harga .....	46
3.4 Indikator Reputasi .....	46
3.5 Indikator Keputusan Pembelian .....	46
4.1 Karakteristik Responden .....	54
4.2 Distribusi Frekuensi Variabel Desain User Interface.....	56
4.3 Distribusi Frekuensi Harga Produk.....	58
4.4 Distribusi Frekuensi Reputasi Merchant.....	59
4.5 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian .....	61
4.6 Hasil Uji Convergent Validity .....	63
4.7 Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi 1) .....	66
4.8 Hasil Uji Discriminant Validity – Fornell Larcker Criterion.....	68
4.9 Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi 2) .....	69
4.10 Hasil Uji Discriminant Validity – Fornell Larcker Criterion (Modifikasi 1).70	70
4.11 Hasil Uji Discriminant Validity – Cross Loadings .....	71
4.12 Hasil Uji Construct Reliability.....	72
4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	73
4.14. Hasil Uji f Square.....	74
4.15 Hasil Uji Predictive Relevance .....	74
4.16 Hasil Uji Model Fit .....	75
4.17 Rekapitulasi Pengujian.....	77

# DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
1.1 Rata-Rata Kunjungan Web E-Commerce Kuartal III-2021 .....	2
2.1 Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	27
2.2 Kerangka Pikir Variabel.....	38
4.1 Hasil Uji Convergent Validity .....	63
4.2 Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi 1) .....	66
4.3 Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi 2) .....	69
4.4 Hasil Pengujian Bootstrapping.....	77

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b> Kuesioner Penelitian .....	88
<b>Lampiran 2.</b> Output Smart PLS 3.0.....	92
<b>Lampiran 3.</b> Data Tabulasi Penelitian .....	101
<b>Lampiran 4.</b> Surat Izin Riset .....	111
<b>Lampiran 5.</b> Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	112