

**PENGARUH TAMPILAN WEB, HARGA PAKAIAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN MINAT BELI SEBAGAI *INTERVENING*
VARIABEL DI *E-COMMERCE* SHOPEE
PADA MAHASISWA FEB UNWIRA
KUPANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



OLEH :

HENDRA MAYA KURNIA UBUS
NIM: 32118078

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH TAMPILAN WEB, HARGA PAKAIAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN MINAT BELI SEBAGAI *INTERVENING*
VARIABEL DI *E-COMMERCE* SHOPEE
PADA MAHASISWA FEB UNWIRA
KUPANG

Yang diajukan oleh :

Nama : Hendra Maya Kurnia Ubus
NIM : 32118078
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Skripsi ini telah disetujui dan diterima oleh Tim Pembimbing
Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Pembimbing I


Dr. Simon SiaNiha, SE, M.Si
NIDN: 081811610

Pembimbing II


Rosadaling Tisu, SE,MM
NIDN : 0825078305

Kupang 2022

Ketua Program Studi Manajemen


Rosadaling Tisu, SE,MM
NIDN : 0825078305

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Jumat, 24 Juni 2022
Jam : 09.00 – 11.00 Wita
Tempat : Ruangan Kuliah Magister Manajemen
Atas Nama : Hendra Maya Kurnia Ubus
Nomor Registrasi : 32118078
Dinyatakan : **LULUS**

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

- 1 Ketua : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si
- 2 Sekretaris : Rosadlima Tisu, SE, MM
- 3 Penguji I : Dr. Stanis Man, SE, M.Si
- 4 Penguji II : Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM
- 5 Penguji III : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si



MENGETAHUI

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Jou Sewa Adrianus, SE, MM
NIDN : 0809055901

Ketua
Program Studi Manajemen

Rosadlima Tisu, SE, MM
NIDN : 0825078305

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Setiap ranting pada-Ku yang tidak berbuah, dipotong-Nya dan setiap ranting yang berbuah, dibersihkan-Nya, supaya ia lebih banyak berbuah”.

-Yohanes 15:2-

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Bapa dan Mama saya yang tercinta, Bapa Theo Dorus Turus dan Mama Anselma Bumbung, yang telah berjuang untuk membiayai studi penulis, dan untuk kakak-kakak saya yang telah membantu Bapa dan Mama, Kakak Frans, Kakak Sia, Kakak Fell, Kakak Evi dan kepada almarhum Kakak saya yang terkasih, Vilomena Lamun yang selalu ada di hati kami sekeluarga.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dihaturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan kebaikan-Nya skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Skripsi dengan judul **“Pengaruh Tampilan Web, Harga Pakaian dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai *Intervening* Variabel di *E-Commerce* Shopee pada Mahasiswa FEB Universitas Katolik Widya Mandira Kupang”**, diajukan guna memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Penyusunan skripsi ini tak terlepas dari bantuan, seperti bimbingan, masukan, semangat, dukungan, baik fisik maupun rohani dari berbagai pihak. Oleh karena itu, patut diucapkan limpah terima kasih kepada:

1. P. Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, karena telah memberikan kesempatan dan menyediakan fasilitas untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Bapak Jou Sewa Adrianus, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM dan Ibu Maria B. M. G. Wutun, S.E, M.M, selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika

dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan motivasi, arahan dan pelayanan administrasi akademik selama masa perkuliahan hingga penyelesaian penyusunan skripsi.

4. Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si selaku dosen Pembimbing I dan Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM selaku Pembimbing II yang memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan keluangan waktu dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Stanis Man, SE, M.Si selaku Penguji I, Bapak Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Penguji II, dan Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si selaku Penguji III yang telah meluangkan waktu, memberikan saran, perbaikan dan motivasi.
6. Bapak Dr. Stanis Man, SE, M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan nasehat selama masa perkuliahan.
7. Bapak dan ibu dosen lainnya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta bimbingan selama mengikuti perkuliahan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
8. Ibu Angelina Penun, SH selaku Kepala TU dan para pegawai Tata Usaha Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang sangat membantu dalam menyiapkan segala keperluan perkuliahan.
9. Kepada kedua orang tua kandung, Bapak Theo Dorus Turus dan Ibu Anselma Bumbang yang telah mendidik dan membesarkan, serta memberi dorongan, juga saudara kandung Kakak Frans Tan, Kakak Finsensia Jul, Kakak Fell Peji, dan Kakak Delviana Jun atas segala dukungan yang telah diberikan.
10. Kepada teman-teman seperjuangan yang membantu dalam penulisan skripsi.

Semoga Tuhan Yesus membalas budi baik semua pihak yang telah memberikan kesempatan, dukungan dan bantuan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Disadari sepenuhnya, bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan hati yang terbuka akan menerima kritikan dan saran dari pembaca. Akhir kata, semoga skripsi yang telah disusun ini dapat menambah pengetahuan dan memberikan manfaat bagi para pembaca sekalian.

Kupang, Juni 2022

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Tampilan Web, Harga Pakaian, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai *Intervening Variabel* di *E-commerce* Shopee pada Mahasiswa FEB Universitas Katolik Widya Mandira Kupang” dibawah bimbingan Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE,M.Si selaku dosen Pembimbing I dan Ibu Rosadalima Tisu, SE,MM selaku Pembimbing II.

Shopee merupakan salah satu *online shop* asal Singapura yang didirikan di Indonesia oleh Forres Li pada tahun 2015. Shopee sebagai sarana jual beli *online* yang menyediakan berbagai produk untuk menunjang kebutuhan sehari-hari. Pada tahun 2019 dan 2021, penjualan Shoppe adalah yang terendah dibandingkan dengan Lazada dan Tokopedia. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui persepsi konsumen tentang tampilan web, harga pakaian, gambaran kepercayaan, minat beli, dan keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee; 2) untuk mengetahui signifikansi pengaruh tampilan web, harga pakaian, dan kepercayaan terhadap minat beli pada *e-commerce* Shopee; 3) untuk mengetahui signifikansi pengaruh tampilan web, harga pakaian, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee; 4) untuk mengetahui signifikansi pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee; 5) untuk mengetahui pengaruh minat beli memediasi tampilan web, harga pakaian, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee.

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang pernah melakukan transaksi belanja *online* menggunakan *e-commerce* shopee. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dari jumlah indikator yang digunakan, yaitu sebanyak 21 indikator dan dikalikan 5, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 105 responden. Teknik analisis data adalah analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial.

Hasil uji deskriptif bahwa variabel tampilan web, harga pakaian, kepercayaan, minat beli, dan keputusan pembelian masuk dalam kategori baik. Hasil analisis statistik inferensial menunjukkan bahwa:1) tampilan web, harga pakaian, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada *e-commerce* Shopee; 2) tampilan web berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; 3) Harga pakaian dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee; 4) minat beli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; 5) minat beli tidak mampu memediasi tampilan web dan harga pakaian terhadap keputusan pembelian; 6) minat beli mampu memediasi kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee.

Disarankan *e-commerce* Shopee memberikan tampilan produk yang sesuai dengan keaslian produk, penetapan harga produk dan menjaga kepercayaan konsumen agar konsumen memiliki minat dan melakukan pembelian.

Kata Kunci: Tampilan Web, Harga Pakaian, Kepercayaan, Minat Beli, Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBARAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBARAN PERSETUJUAN	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Masalah Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN TEORITIS	
A. Pemasaran	16
B. Keputusan Pembelian.....	20
C. Minat Beli.....	34
D. Web	37
E. Harga.....	40
F. Kepercayaan.....	47

G. Penelitian Terdahulu	51
H. Kerangka Pemikiran.....	53
I. Hipotesis.....	56
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian	58
B. Populasi dan Sempel	58
C. Jenis Data	60
D. Teknik Pengumpulan Data.....	61
E. Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran.....	61
F. Analisis Data	64
G. Uji Hipotesis.....	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PERSEMBAHAN	
A. Karakteristik Responden	71
B. Analisis Statistik Deskriptif	76
C. Analisis Statistik Inferensial (SEM-Partial Least Square (PLS)).....	79
D. Pembahasan Hasil Penelitian	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	99
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan dari Tiga <i>E-commerce</i> dari Tahun 2019-2021	7
Tabel 1.3 Data Perbandingan Harga dari ketiga <i>E-commerce</i> Indonesia.....	8
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran ...	62
Tabel 3.2 Predikat dan Rentang Nilai Uji Deskriptif.....	64
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	74
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	75
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Tampilan Web (X1)	76
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Harga (X2)	77
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel kepercayaan (X3)	77
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Minat Beli (Y1)	78
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y2)	79
Tabel 4.10 Hasil Analisis <i>Outer Loadings (Measurement)</i>	81
Tabel 4.11 <i>Discriminant Validity Cross Loading</i>	82
Tabel 4.12 Average Variance Extracted (AVE)	84
Tabel 4.13 Nilai <i>Composite Reliability</i>	84
Tabel 4.14 Nilai Cronbach's Alpha	85
Tabel 4.15 Nilai R Square.....	87
Tabel 4.16 <i>Path Coefficients</i>	88
Tabel 4.17 <i>Specifik Indirect Effects</i>	91

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian.....	27
Gambar 2.2 Model Keputusan Pembelian Hawkins	28
Gambar 2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	32
Gambar 2.4 Skema Kerangka Berpikir	55
Gambar 3.1 Diagram Jalur	67
Gambar 4.1 Analisis Jalur PLS Model Bagian Luar (<i>Outer Model</i>).....	81
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>Inner Model</i> , Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	107
Lampiran 2 Deskriptif Tampilan Web (X1).....	115
Lampiran 3 Deskriptif Harga (X2).....	118
Lampiran 4 Deskriptif Kepercayaan (X3).....	121
Lampiran 5 Deskriptif Minat Beli (Y1)	124
Lampiran 6 Deskriptif Keputusan Pembelian (Y1)	127
Lampiran 7 Analisis Jalur PLS Model Bagian Luar (<i>outer model</i>)	130
Lampiran 8 Hasil Analisis <i>Outer Loadings (Measurement Model)</i>	131
Lampiran 9 <i>Discriminant Validity Cross Loadings</i>	132
Lampiran 10 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	133
Lampiran 11 Nilai <i>Composite Reliability</i>	134
Lampiran 12 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	135
Lampiran 13 Nilai <i>R Square</i>	136
Lampiran 14 Hasil Uji <i>Inner Model</i>	137
Lampiran 15 <i>Path Coefficients</i>	138
Lampiran 16 <i>Specifik Indirect Effetes</i>	139