



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE, REPUTASI DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI ONLINE SHOP DENGAN KEPERCAYAAN
WEBSITE SEBAGAI VARIABEL MEDIASINYA (Studi Kasus Pada
Mahasiswa Universitas Muria Kudus)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

MUHAMAD AKBAR TAWAQALI

NIM. 2017-11-347

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

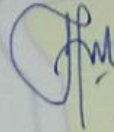
TAHUN 2021

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE, REPUTASI DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI ONLINE SHOP DENGAN KEPERCAYAAN
WEBSITE SEBAGAI VARIABEL MEDIASINYA (Studi Kasus Pada
Mahasiswa Universitas Muria Kudus)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

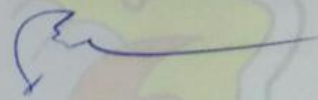
Kudus, 2021

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen





Dina Lusianti, SE., MM., AAK.
NIDN. 0630098401

Pembimbing I



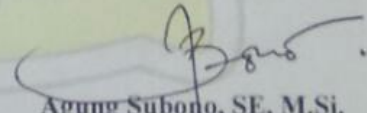
Sutono, SE. MM, Ph.D.
NIDN. 0626017003

Mengetahui,
Plt Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dra. Sulistyowati, S.H., C.N.
NIDN/0607076401

Pembimbing II



Agung Subono, SE, M.Si.
NIDN. 0520017602

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

(QS. Al Insyirah: 6)

Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah.

(HR. Turmudzi)

Keberhasilan adalah kemampuan untuk melewati dan mengatasi dari satu kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat.

(Winston Churchill)

Persembahan :

1. Orang tua dan keluargaku tercinta
2. Sahabat-sahabat yang ku sayangi
3. Teman-teman angkatan 2017 Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
4. Almamater Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk sebagai salah satu syarat menyelesaikan Sarjana Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Selama proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Dr. Dra. Sulistyowati, S.H., C.N., selaku Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Dina Lusianti, SE., MM., AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Sutono, SE. MM, Ph.D., selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
4. Agung Subono, SE, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabarandari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh jajaran dosen pengajar dan staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bekal ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama perkuliahan hingga sampai saat ini.

6. Kedua orangtua tercinta yang selalu memberikan dorongan dan doa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan yang telah membantu dalam penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang penulis dapatkan, diberikan limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



Kudus, 2021
Penulis,

Muhamad Akbar Tawaqali

ABSTRAKSI

ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE, REPUTASI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ONLINE SHOP DENGAN KEPERCAYAAN WEBSITE SEBAGAI VARIABEL MEDIASINYA (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus)

Muhamad Akbar Tawaqali
NIM. 2017-11-347

Dosen Pembimbing : 1. Sutono, SE, MM, Ph.D.
2. Agung Subono, SE, M.Si.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas website, reputasi dan harga terhadap minat beli online shop dengan kepercayaan website sebagai variabel mediasinya. penelitian ini menggunakan dua variabel endogen, yaitu kepercayaan dan minat beli, dan tiga variabel eksogen, yaitu kualitas website, reputasi dan harga. Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan sampel yang terdiri dari 200 responden dengan teknik *non probability sampling*. Analisis data yang digunakan (SEM) *Structural Equation Modeling* yang dioperasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan kualitas website, reputasi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli melalui kepercayaan.

Kata kunci: kualitas website, reputasi, harga, kepercayaan, minat beli.

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF WEBSITE QUALITY, REPUTATION AND PRICES ON INTEREST TO BUY ONLINE SHOP WITH WEBSITE TRUST AS THE MEDIATION VARIABLE (Case Study on Muria Kudus University Students)

Muhamad Akbar Tawaqali
NIM. 2017-11-347

Guidance Lecturer : 1. Sutono, SE, MM, Ph.D.
2. Agung Subono, SE, M.Si.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM
OF MANAGEMENT

This study aims to analyze the effect of website quality, reputation and price on online shop buying interest with website trust as a mediating variable. This study uses two endogenous variables, namely trust and buying interest, and three exogenous variables, namely website quality, reputation and price. The data collection used in this research is a questionnaire method. In this study using a sample consisting of 200 respondents with non-probability sampling technique. Analysis of the data used (SEM) Structural Equatuion Modeling which is operated through the AMOS program. The results showed that website quality, reputation and price had a positive and significant effect on buying interest through trust.

Keywords: website quality, reputation, price, trust, buying interest.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	11
1.3. Perumusan Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Perilaku Konsumen	15
2.2. Minat Beli	18
2.3. Kepercayaan	21
2.4. Kualitas Website	22
2.5. Reputasi	25
2.6. Harga	28
2.7. Pengaruh Antar Variabel	35
2.8. Tinjauan Penelitian Terdahulu	42
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritis	48
2.10. Hipotesis	48
BAB III METODE PENELITIAN	50

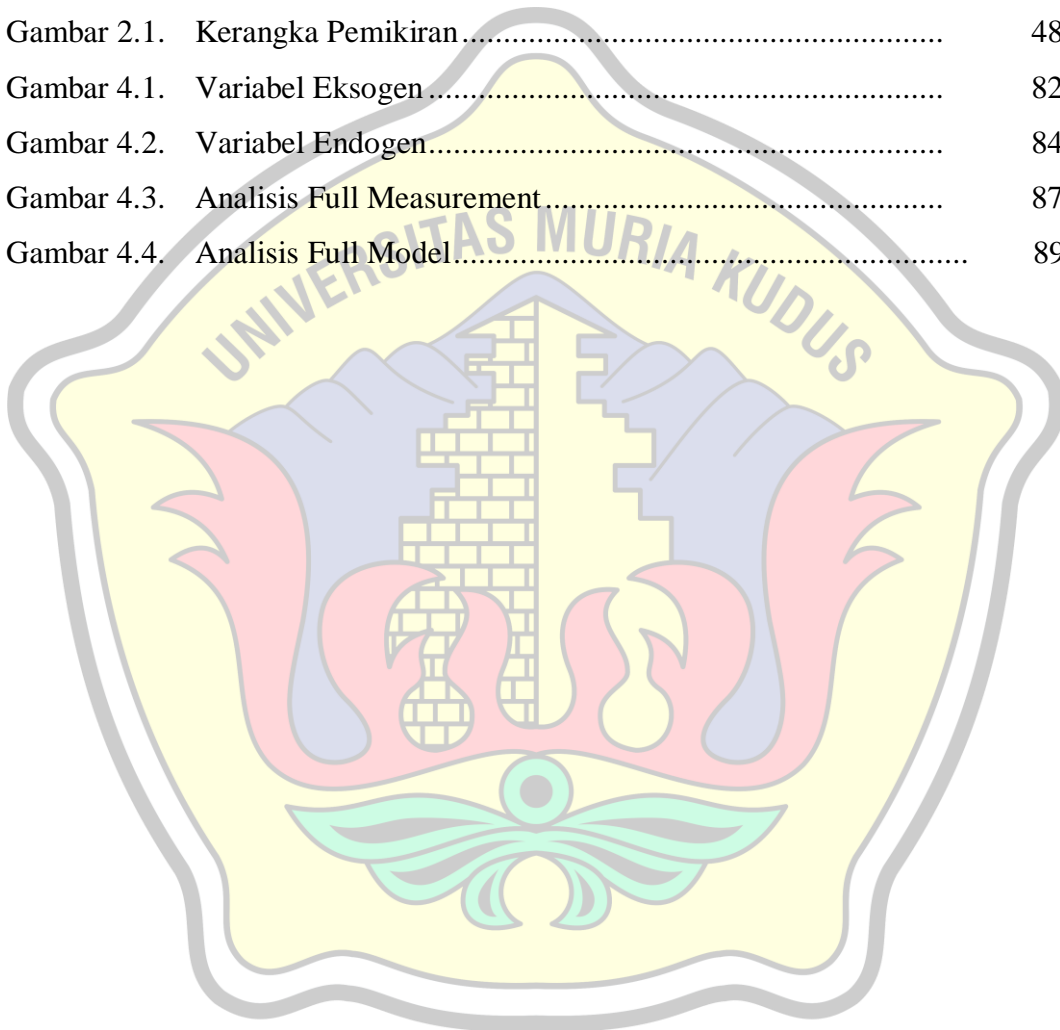
3.1. Rancangan Penelitian	50
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	50
3.3. Jenis Data dan Sumber Data	54
3.4. Populasi dan Sampel	55
3.5. Metode Pengumpulan Data	57
3.6. Uji Instrumen	58
3.7. Pengolahan Data	61
3.8. Teknik Analisis Data.....	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1. Penyajian Data.....	71
4.2. Uji Instrumen.....	76
4.3. Analisis Data.....	78
4.4. Pembahasan	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	109
5.1. Kesimpulan.....	109
5.2. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Pengunjung e-commerce	2
Tabel 1.2. Data Penjualan e-commerce	7
Tabel 3.1. Skala Likert	58
Tabel 3.2. Uji <i>Goodness of Fit Indices</i>	68
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Umur	71
Tabel 4.3. Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Website	72
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Variabel Reputasi	73
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel Harga	74
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan	74
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli	75
Tabel 4.8. Hasil Pengujian <i>Construct Reability</i> dan <i>Variance Extracted</i>	77
Tabel 4.9. Diskriminant Validity	78
Tabel 4.10. Uji Normalitas Data	79
Tabel 4.11. Mahalanobis d – squared	80
Tabel 4.12. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Eksogen	82
Tabel 4.13. Loading Factor Eksogen	83
Tabel 4.14. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Endogen	85
Tabel 4.15. Loading Factor Endogen	86
Tabel 4.16. Kesesuaian Analisis Full Measurement	88
Tabel 4.17. Kesesuaian Analisis SEM	90
Tabel 4.18. Regression Weight	91
Tabel 4.19. Standarized Regression Weight	91
Tabel 4.20. Koefisien Determinasi	93
Tabel 4.21. Hasil Regression Weight	95
Tabel 4.22. Total Effect	98

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Gambar Kualitas Website.....	4
Gambar 1.2. Gambar Reputasi.....	5
Gambar 1.3. Gambar Kepercayaan.....	8
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 4.1. Variabel Eksogen.....	82
Gambar 4.2. Variabel Endogen.....	84
Gambar 4.3. Analisis Full Measurement.....	87
Gambar 4.4. Analisis Full Model.....	89



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner Responden
- Lampiran 3. Frekuensi Data
- Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5. Analisis Data

