



**PENGARUH TAMPILAN WEB, DISKON *FREE* ONGKIR
DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI *INTERVENING VARIABLE*
PADA *E-COMMERCE* SHOPEE DI KUDUS**

Diajukan Oleh :

BAHAUDDIN M. WACHYU

NIM. 2017-11-513

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2022**



**PENGARUH TAMPILAN WEB, DISKON *FREE* ONGKIR
DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI *INTERVENING VARIABLE*
PADA E-COMMERCE SHOPEE DI KUDUS**

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

Disusun oleh :

BAHAUDDIN M. WACHYU

2017-11-513

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2022**

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH TAMPILAN WEB, DISKON *FREE* ONGKIR DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI
INTERVENING VARIABLE PADA E-COMMERCE SHOPEE DI KUDUS**


Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi


Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal,

Pembimbing I


Pembimbing II


Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.
NIDN. 0024037701


Mira Meilia Marka, S.E., M.M.
NIDN. 0606058801

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen


Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.
NIDN. 0628048702

PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH TAMPILAN WEB, DISKON *FREE* ONGKIR DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI
INTERVENING VARIABLE PADA E-COMMERCE SHOPEE DI KUDUS**

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


Kudus,

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I


Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.
NIDN. 0628048702


Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.
NIDN. 0024037701

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II

Universitas Muria Kudus

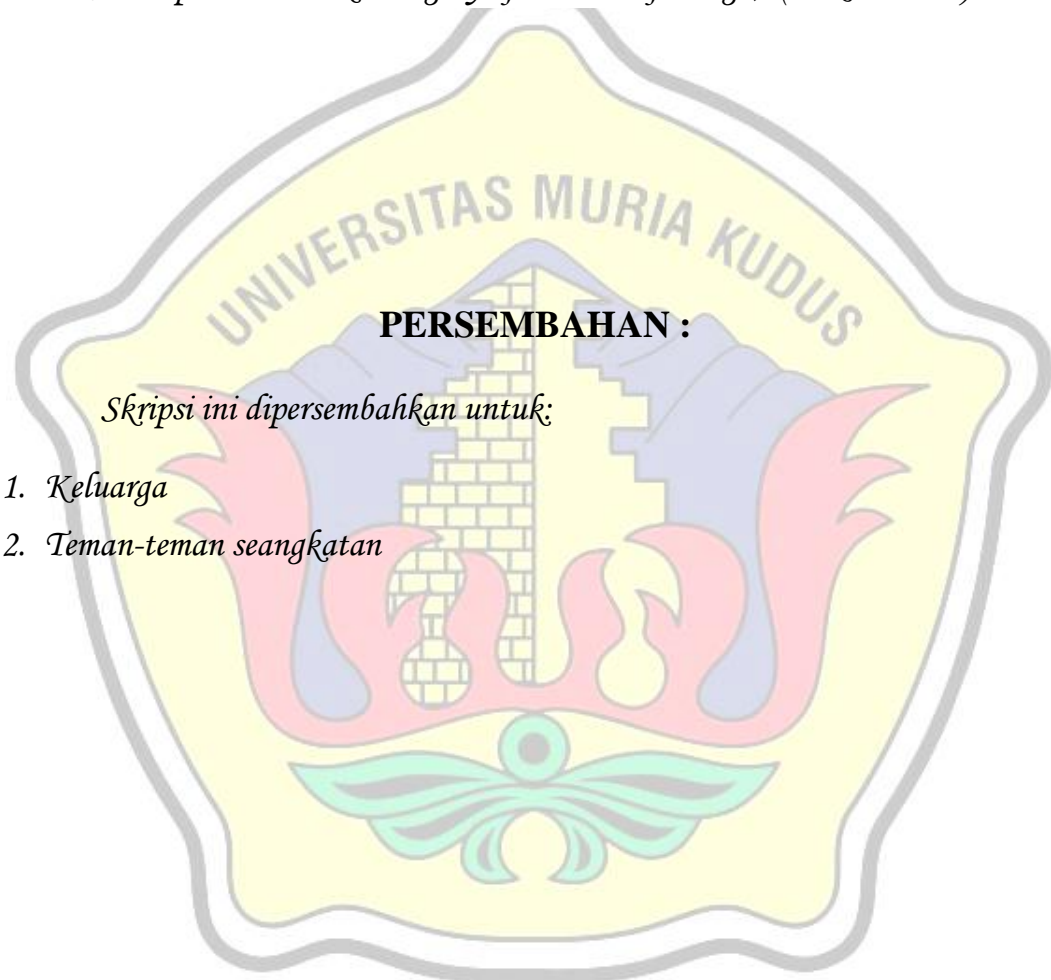
Dr. Kartati Sumekar, S.E., M.M.
NIDN. 0616077304


Mira Meilia Marka, S.E., M.M.
NIDN. 0606058801

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

"Barang siapa menempuh satu jalan [cara] untuk mendapatkan ilmu, maka Allah pasti mudahkan baginya jalan menuju surga," (H.R. Muslim).



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Tampilan Web, Diskon *Free Ongkir* dan Harga terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai *Intervening Variable* pada E-Commerce Shopee di Kudus”**, ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terealisasi. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan Mira Meilia Marka, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.
6. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam melakukan penyusunan skripsi.
7. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

8. Sahabat seperjuangan terimakasih selalu membantuku dalam semua pengerjaan skripsi.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.

Semoga amal baik bapak, ibu dan semua pihak mendapatkan balasan pahala yang berlipat ganda di sisi Allah SWT. *Aamiin*. Akhirnya penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh mencapai kesempurnaan dalam arti sebenarnya, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya.



Pengaruh Tampilan Web, Diskon *Free Ongkir* dan Harga terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai *Intervening Variable* pada E-Commerce Shopee di Kudus

Bahauddin M. Wachyu

NIM. 2017-11-513

Pembimbing : 1. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.

2. Mira Meilia Marka, S.E., M.M.

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

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh tampilan web, diskon *free ongkir* dan harga terhadap minat beli dengan kepercayaan sebagai variabel *intervening* pada *E-Commerce* Shopee di Kota Kudus. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel adalah pengguna *e-commerce* Shopee di Kota Kudus yang berjumlah 140 responden dan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tampilan web tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pada pengguna *E-Commerce* Shopee di Kota Kudus. Diskon *free ongkir* berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan pada pengguna *E-Commerce* Shopee di Kota Kudus. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan pada pengguna *E-Commerce* Shopee di Kota Kudus. Tampilan web berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli pada pengguna *E-Commerce* Shopee di Kota Kudus. Diskon *free ongkir* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli pada pengguna *E-Commerce* Shopee di Kota Kudus. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli pada pengguna *E-Commerce* Shopee di Kota Kudus. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli pada pengguna *E-Commerce* Shopee di Kota Kudus. Tampilan web berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli melalui kepercayaan pada pengguna *E-Commerce* Shopee di Kota Kudus. Diskon *free ongkir* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli melalui kepercayaan pada pengguna *E-Commerce* Shopee di Kota Kudus. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli melalui kepercayaan pada pengguna *E-Commerce* Shopee di Kota Kudus.

Kata Kunci : Tampilan Web, Diskon *Free Ongkir*, Harga, Kepercayaan, Minat Beli.

***The Effect of Web Views, Free Shipping Discounts and Prices on Buying Interest with Trust as an Intervening Variable
on E-Commerce Shopee***

Bahauddin M. Wachyu
NIM. 2017-11-375

Lecturer : 1. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.
2. Mira Meilia Marka, S.E., M.M.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS PROGRAM OF MANAGEMENT

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of web display, free shipping discounts and prices on buying interest with trust as an intervening variable at E-Commerce Shopee in Kudus City. The approach used in this research is a quantitative approach. The sample is Shopee e-commerce users in Kudus City, totaling 140 respondents and sampling using purposive sampling technique. The data analysis technique used Structural Equation Modeling (SEM).

The results showed that the web appearance had no significant effect on trust in Shopee E-Commerce users in Kudus City. Free shipping discounts have a significant positive effect on trust in Shopee E-Commerce users in Kudus City. Price has a significant positive effect on trust in Shopee E-Commerce users in Kudus City. Web appearance has a significant positive effect on buying interest in Shopee E-Commerce users in Kudus City. Free shipping discounts have a significant positive effect on buying interest in Shopee E-Commerce users in Kudus City. Price has a significant positive effect on buying interest in Shopee E-Commerce users in Kudus City. Trust has a significant positive effect on buying interest in Shopee E-Commerce users in Kudus City. Web appearance has a significant positive effect on buying interest through trust in Shopee E-Commerce users in Kudus City. Free shipping discounts have a significant positive effect on buying interest through trust in Shopee E-Commerce users in Kudus City. Price has a significant positive effect on buying interest through trust in Shopee E-Commerce users in Kudus City.

Keywords: Web Views, Free Shipping Discounts, Prices, Trust, Buying Interest.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	8
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tampilan Web	13
2.1.1 Pengertian Tampilan Web	13
2.1.2 Indikator-Indikator Tampilan Web	15
2.2 Diskon <i>Free</i> Ongkir	16
2.2.1 Pengertian Diskon <i>Free</i> Ongkir	16
2.2.2 Indikator - Indikator Diskon <i>Free</i> Ongkir	18
2.3 Harga	19

	Halaman
2.3.1 Pengertian Harga	19
2.3.2 Indikator-Indikator Harga.....	20
2.4 Kepercayaan.....	22
2.4.1 Pengertian Kepercayaan.....	22
2.4.2 Indikator-Indikator Kepercayaan	24
2.5 Minat Beli	25
2.5.1 Pengertian Minat Beli	25
2.5.2 Indikator-Indikator Minat Beli.....	28
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu	29
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis	33
2.7.1 Pengaruh Antar Variabel.....	33
1. Pengaruh Tampilan Web terhadap Kepercayaan...	33
2. Pengaruh Diskon <i>Free</i> Ongkir terhadap Kepercayaan.....	34
3. Pengaruh Harga terhadap Kepercayaan.....	35
4. Pengaruh Tampilan Web terhadap Minat Beli.....	36
5. Pengaruh Diskon <i>Free</i> Ongkir terhadap Minat Beli.....	38
6. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli.....	39
7. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli.....	40
8. Pengaruh Tampilan Web terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan.....	41
9. Pengaruh Diskon <i>Free</i> Ongkir terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan	42
10. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan.....	43
2.7.2 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	43
2.8 Hipotesis.....	46

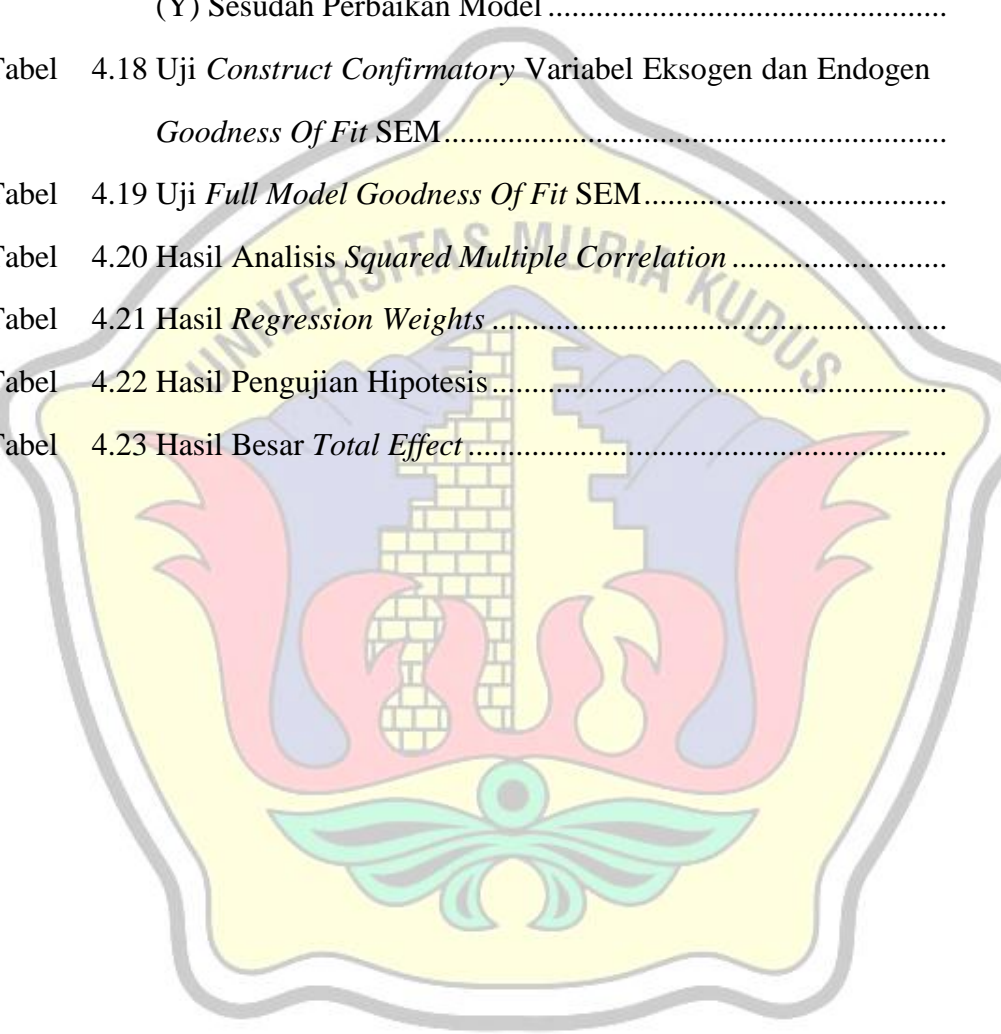
	Halaman
BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	48
3.2 Variabel Penelitian	49
3.3 Jenis dan Sumber Data	53
3.4 Populasi dan Sampel	53
3.5 Pengumpulan Data	55
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	56
3.7 Pengolahan Data.....	57
3.8 Analisis Data.....	58
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	68
4.1.1 Sejarah Shopee.....	68
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Shopee	69
4.1.3 Logo Shopee	70
4.2. Penyajian Data	70
4.2.1 Karakteristik Responden.....	70
4.2.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian	74
4.3. Analisis Data.....	78
4.3.1 Uji Instrumen Data	78
4.3.2 Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM	81
4.3.3 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	84
4.3.4 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	91
4.3.5 Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i>	93
4.3.6 Uji Hipotesis	95

	Halaman
4.3.7 Besar <i>Total Effect</i>	99
4.4. Pembahasan.....	100
4.4.1 Pengaruh Tampilan Web terhadap Kepercayaan	100
4.4.2 Pengaruh Diskon <i>Free</i> Ongkir terhadap Kepercayaan	102
4.4.3 Pengaruh Harga terhadap Kepercayaan	103
4.4.4 Pengaruh Tampilan Web terhadap Minat Beli	104
4.4.5 Pengaruh Diskon <i>Free</i> Ongkir terhadap Minat Beli	106
4.4.6 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli	107
4.4.7 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli	108
4.4.8 Pengaruh Tampilan Web terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan	110
4.4.9 Pengaruh Diskon <i>Free</i> Ongkir terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan	111
4.4.10 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan	112
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	114
5.2. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Persaingan Toko <i>Online</i> di Indonesia pada Kuartal 4 Tahun 2020	2
Tabel 1.2	Data Keluhan Konsumen Shopee	5
Tabel 3.1	<i>Uji Goodness of Fit</i>	66
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Umur	71
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	72
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan	73
Tabel 4.5	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Tampilan Web (X_1)	74
Tabel 4.6	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Diskon <i>Free</i> Ongkir (X_2)	75
Tabel 4.7	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga (X_3)	76
Tabel 4.8	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan (Y_1).....	77
Tabel 4.9	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat Beli (Y_2).....	78
Tabel 4.10	Hasil <i>Convergen Validity</i>	79
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Avarage Variance Extracted</i> (AVE)	80
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas.....	81
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas	82
Tabel 4.14	Hasil <i>Mahalanobis d-squared</i>	83

	Halaman
Tabel 4.15 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	85
Tabel 4.16 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen Sesudah Perbaikan	87
Tabel 4.17 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen (Y) Sesudah Perbaikan Model	88
Tabel 4.18 Uji <i>Construct Confirmatory</i> Variabel Eksogen dan Endogen <i>Goodness Of Fit SEM</i>	91
Tabel 4.19 Uji <i>Full Model Goodness Of Fit SEM</i>	92
Tabel 4.20 Hasil Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i>	93
Tabel 4.21 Hasil <i>Regression Weights</i>	94
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Hipotesis	96
Tabel 4.23 Hasil Besar <i>Total Effect</i>	99



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Pengaruh Tampilan Web, Diskon <i>Free</i> Ongkir dan Harga terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai Intervening Variable pada <i>E-Commerce</i> Shopee	46
Gambar 3.1 <i>Path Diagram</i>	60
Gambar 4.1 Logo Shopee	70
Gambar 4.2 Output Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan Model	85
Gambar 4.3 Output Variabel Eksogen Sesudah Perbaikan Model	86
Gambar 4.4 Output Variabel Endogen	88
Gambar 4.5 Uji <i>Full Measurement Model</i>	90
Gambar 4.6 Uji <i>Structural Equation Modelling</i>	92



DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran	1 Kuesioner	125
Lampiran	2 Data Identitas Responden	130
Lampiran	3 Tabulasi Kuesioner	135
Lampiran	4 Hasil Output AMOS	141

