



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, ORIENTASI BELANJA, KUALITAS  
PRODUK DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION SECARA ONLINE**

**(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UMK PROGRAM STUDI**

**MANAJEMEN)**

Oleh :

**IRVAN WAHYU MAULANA**

**2017-11-242**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**TAHUN 2022**



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, ORIENTASI BELANJA, KUALITAS  
PRODUK DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION SECARA ONLINE  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UMK PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN)**

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

Universitas Muria Kudus

Oleh :

**IRVAN WAHYU MAULANA**

**2017-11-242**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**TAHUN 2022**

PENGARUH PERSEPSI HARGA, ORIENTASI BELANJA, KUALITAS  
PRODUK DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION SECARA  
ONLINE(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UMK PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN)

Skripsi ini untuk disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal 27 Juli 2022

Pembimbing I



Dr. Supriyono, S.E., M.M

NIDN. 0614037104

Pembimbing II



Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K.

NIDN. 0630098401

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN. 0628048702

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, ORIENTASI BELANJA, KUALITAS PRODUK DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION SECARA ONLINE(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UMK PROGRAM STUDI MANAJEMEN)**

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

Nama: Irvan Wahyu Maulana

Nim: 201711242

Program Studi: Manajemen

Kudus,

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I

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

**Dr. Supriyono, S.E., M.M**  
NIDN. 0614037104

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II

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

**Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K**  
NIDN. 0630098401

iii

Dipindai dengan CamScanner

## MOTTO

رُّبُّ النَّاسِ أَنْفَعُهُمُ الْنَّاسُ

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain.”

(Hr. Bukhori Muslim)

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT, karya ini penulis persembahkan untuk :

1. Bapak dan Ibuku tercinta yang senantiasa mendoakan, memberikan kasih sayang yang tiada tara, mendukung dan mengorbankan segala hal untuk masa depan anaknya.
2. Terimakasih kepada Keluarga Besar yang terus memberikan semangat dan senantiasa mendoakan saya.
3. Teman – teman yang sangat berharga. Terimakasih atas kebaikan dan kesediaan menjadi teman berkeluh kesah selama kuliah.

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulilah, puji syukur atas kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahan rahmat, hidayah dan inayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Persepsi Harga, Orientasi Belanja, Kualitas Produk Dengan Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening* Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Secara Online(Studi Kasus Pada Mahasiswa Umk Program Studi Manajemen).

Penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan, pengaraham dan bantuan yang sangat bermanfaat bagi penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Ibu Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Bapak Dr. Supriyono, S.E., M.M dan Ibu Dina Lusianti, S.E., M.M,. A.A.K selaku Dosen Pembimbing I dan I, yang telah memberikan saran saat bimbingan dan meluangkan waktunya selama penelitian hinnga penyusunan naskah ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah mengajarkan dan mentransfer ilmu kepada semua mahasiswa khusunya penulis.
6. Seluruh staff karyawan Universitas Muria Kudus yang telah membantu proses administrasi dalam penulisan skripsi.
7. Semua rekan rekan mahasiswa seluruh Universitas Muria Kudus yang tidak bisa disebut namanya satu persatu. Terimakasih sudah menjadi teman selama 4 tahun dengan beberapa kenangan manis dan pahit. Semoga kalian sukses selalu.

Demikianlah ucapan terimakasih yang dapat penulis sampaikan, semoga semua pihak yang penulis sebutkan diatas diberikan balasan pahala oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan memberikan masukan bagi penelitian selanjutnya.

Kudus, 27 Juli 2022

Penulis,

Irvan Wahyu Maulana

NIM. 2017-11-242

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, ORIENTASI BELANJA, KUALITAS PRODUK DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION SECARA ONLINE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UMK PROGRAM STUDI MANAJEMEN)**

Irvan Wahyu Maulana

2017-11-242

Pembimbing 1 : Dr. Supriyono, S.E., M.M

Pembimbing 2 : Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Persepsi Harga, Orientasi Belanja, Kualitas Produk Dengan Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening* Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Secara *Online* (Studi Kasus Pada Mahasiswa UMK Program Studi Manajemen).Populasi penelitian ini seluruh mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMK. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, jumlah sampel sebanyak 135 responden yang mahasiswa UMK Prodi manajemen yang berbelanja *fashion* secara *online* dan tahun angkatan 2018/2019 dan angkatan 2019/2020. Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.

Hasil penelitian yaitu persepsi harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan keputusan pembelian, Orientasi belanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli namun berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Minat beli tidak bisa memediasi variabel persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, minat beli dapat memediasi variabel orientasi belanja terhadap keputusan pembelian.

Kara kunci : Persepsi Harga, Orientasi Belanja, Kualitas Produk, Minat Beli dan Keputusan Pembelian

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, ORIENTASI BELANJA, KUALITAS PRODUK DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION SECARA ONLINE  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UMK PROGRAM STUDI MANAJEMEN)**

Irvan Wahyu Maulana

2017-11-242

Pembimbing 1 : Dr. Supriyono, S.E., M.M

Pembimbing 2 : Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAKSI**

*This study aims to analyze the effect of price perception, shopping orientation, product quality with purchase intention as an intervening variable on online fashion purchasing decisions (a case study on MSE students in the management study program). The population of this study were all students of Management, Faculty of Economics and Business, UMK. The data collection technique used a questionnaire, the number of samples was 135 respondents who were UMK Management Study Program students who shopped for fashion online and the 2018/2019 and 2019/2020 batch years. The sampling technique used in this study was purposive sampling.*

*The results of the study are that the perception of price and product quality has a positive and significant effect on buying interest and purchasing decisions, shopping orientation has a positive and significant effect on buying interest but has a positive and insignificant effect on purchasing decisions, buying interest has a positive and significant effect on purchasing decisions. Purchase intention cannot mediate price perception and product quality variables on purchasing decisions, buying interest can mediate shopping orientation variables on purchasing decisions.*

*Keyword* : Price Perception, Shopping Orientation, Product Quality, Purchase Intention and Purchase Decision

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
RINGKASAN / ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	6
1.3 Perumusan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Persepsi Harga .....	10

2.1.2 Orientasi Belanja.....	12
2.1.3 Kualitas Produk.....	14
2.1.4 Minat Beli .....	12
2.1.5 Keputusan Pembelian .....	17
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	29
2.3 Penelitian Terdahulu .....	33
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	37
2.5 Hipotesis.....	38
<b>BAB III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	39
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	40
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	43
3.4 Populasi dan Sampel .....	44
3.5 Pengumpulan Data .....	45
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	46
3.7 Pengolahan Data.....	48
3.8 Analisis Data .....	50
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	60
4.2 Penyajian Data .....	62
4.3 Analisis Data .....	70
4.3.1 Analisis Konfirmatori.....	70

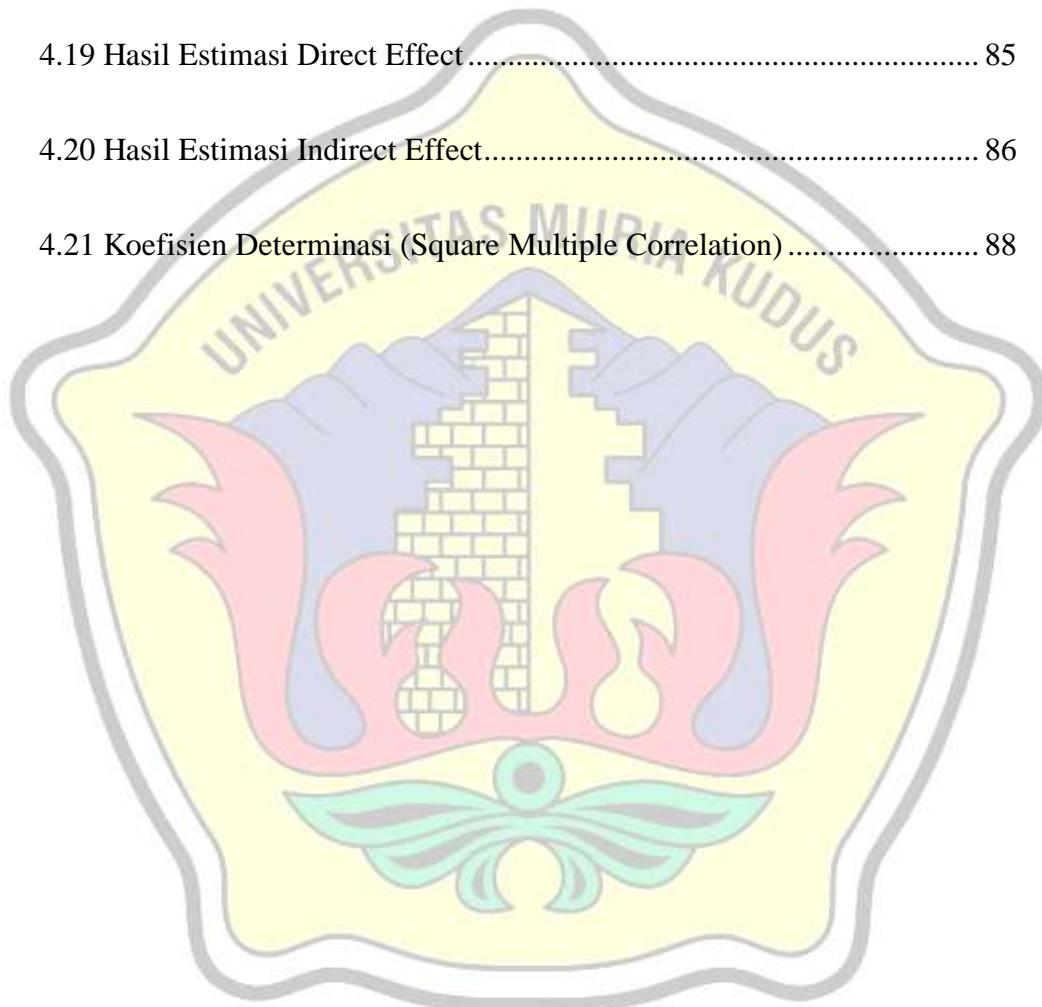
4.3.2 Uji Normalisasi .....	77
4.3.3 Analisis Structural Equation Modelling (SEM) .....	79
4.3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	80
4.3.5 Uji Hipotesis.....	82
4.3.6 Uji Mediasi.....	86
4.3.7 Pengaruh Langsung (Direct) dan Pengaruh Tidak Langsung (Indirect).....	84
4.4 Pembahasan.....	88
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan .....	96
5.2 Saran.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

### Tabel

1.1 Daftar Toko Online Fashion di Indonesia yang banyak dikunjungi .....	2
3.2Indeks Pengujian Kelayakan <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) .....	57
4.1 Jenis Kelamin Responden .....	62
4.2 Usia Responden.....	63
4.3Frekuensi PembelianAngkatan.....	64
4.4Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Harga ( $X_1$ ) .....	64
4.5Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk ( $X_2$ ).....	65
4.6Tanggapan Responden Terhadap Orientasi Belanja ( $X_3$ ).....	66
4.7 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli ( $Y_1$ ) .....	68
4.8Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian ( $Y_2$ ) .....	69
4.9 Uji model Goodness of Fit Variabel Eksogen.....	72
4.10 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen.....	73
4.11 Standardize Regression Weights .....	74
4.12 Uji Model Goodness Of Fit Variabel Endogen .....	75
4.13 Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen.....	76
4.14 Standardize Regression Weight.....	7

4.15 Uji Normalitas .....	78
4.16 Uji Model Goodness of Fit Model Full SEM.....	80
4.17 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	81
4.18 Regression Weight .....	82
4.19 Hasil Estimasi Direct Effect.....	85
4.20 Hasil Estimasi Indirect Effect.....	86
4.21 Koefisien Determinasi (Square Multiple Correlation) .....	88



## **DAFTAR GAMBAR**

### Gambar

2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	37
4.1 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen .....	71
4.2 Analisis Konfirmatori Variabel EndogenPengujian Full Model SEM .....	74
4.3 Pengujian Full Model SEM.....	79

