



**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP MINAT BELI DENGAN *TRUST* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA BLIBLI.COM (STUDI PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun oleh

Chrisyanto Apriyadi

NIM 2019-11-092

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP MINAT BELI DENGAN *TRUST* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA BLIBLI.COM (STUDI PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS 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

Oleh:
Chrisyanto Apriyadi
2019-11-092

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP MINAT BELI DENGAN *TRUST* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA BLIBLI.COM (STUDI PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Chrisyanto Apriyadi
NIM : 2019-11-092
Program Studi : Manajemen

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

Tanggal 25 November 2023

Pembimbing I



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

Pembimbing II



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

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



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

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP MINAT BELI DENGAN *TRUST* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA BLIBLI.COM (STUDI PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**


Nama : Chrisyanto Apriyadi
NIM : 2019-11-092
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Pembimbing I


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



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

Mengetahui,

Pembimbing II



(Dr. Kertati Sumekar, S. E., M. M.)
NIDN. 0616077304


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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Jangan menjelaskan tentang dirimu kepada siapapun karena yang menyukaimu tidak butuh itu dan yang membencimu tidak percaya itu” – Ali bin Abi Thalib.

“Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang” – Imam Syafi’i.

Persembahan:

1. Orang tua dan keluarga
2. Almamater Universitas

Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP MINAT BELI DENGAN *TRUST* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA *BLIBLI.COM* (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)”**. Penyusunan skripsi ini guna memenuhi tugas akhir strata satu Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Pada penulisan skripsi ini tidak lepas dari berbagai pihak yang telah membantu. Penulis menyampaikan ucapan 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. Noor Indah Rahmawati, S. E., M. M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
4. Nurul Rizka Arumsari, S. E., M. M. selaku dosen pembimbing 1 saya yang telah membimbing saya dengan sabar dan telah meluangkan waktunya untuk menuntun saya dalam mengerjakan skripsi.
5. Mira Meilia Marka, S. E., M. M., selaku dosen pembimbing 2 saya yang telah membimbing saya dengan sabar dan telah meluangkan waktunya untuk menuntun saya dalam mengerjakan skripsi.

6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
7. Mahasiswa/i Program Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberi kesempatan dalam proses penelitian.
8. Teristimewa kepada orang tua saya dan adik yang saya cinta serta seluruh keluarga yang telah memberikan motivasi, mendoakan dan memberi dukungan berupa materi maupun non materi.
9. Terima kasih kepada Renges *Family* yang senantiasa memberi semangat dan hiburan selama menyelesaikan skripsi ini.

Tidak lupa penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu penulis berharap dapat diberikan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Kudus, 2024
Penulis

Chrisyanto Apriyadi
NIM. 2019-11-092

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP MINAT BELI DENGAN *TRUST* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA BLIBLI.COM (STUDI PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

CHRISYANTO APRIYADI
2019-11-092

Pembimbing: 1. Nurul Rizka Arumsari, S. E., M. M.
2. Mira Meilia Marka, S. E., M. M.

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas *website* dan citra perusahaan terhadap minat beli dengan *trust* sebagai variabel intervening pada Blibli.com (studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus). Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sehingga menghasilkan sampel sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan analisis SEM AMOS v.24. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas *website* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*, citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*, kualitas *website* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, *trust* mampu memediasi pengaruh kualitas *website* terhadap minat beli dan adalah *trust* mampu memediasi pengaruh citra perusahaan terhadap minat beli.

Kata kunci: kualitas *website*, citra perusahaan, *trust*, minat beli.

***THE INFLUENCE OF WEBSITE QUALITY AND COMPANY IMAGE ON
BUYING INTEREST WITH TRUST AS INTERVENING VARIABLE ON
BLIBLI.COM (STUDY ON STUDENTS OF THE FACULTY OF
ECONOMICS AND BUSINESS, MURIA KUDUS UNIVERSITY)***

CHRISYANTO APRIYADI
2019-11-092

Advisor : 1. Nurul Rizka Arumsari, S. E., M. M.
2. Mira Meilia Marka, S. E., M. M.

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

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of website quality and company image on buying interest with trust as intervening variable on Blibli.com (study of students at the Faculty of Economics and Business, Muria Kudus University). The population in this study were students from the Faculty of Economics and Business, Muria Kudus University. The sampling technique used purposive sampling to produce a sample of 100 respondents. Data analysis used SEM AMOS v.24 analysis. Based on the research results, it shows that website quality has a positive and significant effect on trust, company image has a positive and significant effect on trust, website quality has a positive and significant effect on purchase interest, company image has a positive and significant effect on purchase interest, trust has a positive and significant effect on interest. purchase, trust is able to mediate the influence of website quality on purchase interest and trust is able to mediate the influence of company image on purchase interest.

Keywords: website quality, company image, trust, buying interest.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	8
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Manfaat Teoritis	10
1.5.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Minat Beli	11
2.1.1 Pengertian Minat Beli.....	11
2.1.2 Indikator Minat Beli	11
2.2 Trust	12
2.2.1 Pengertian <i>Trust</i>	12
2.2.2 Indikator <i>Trust</i>	14
2.3 Kualitas Website	16
2.3.1 Pengertian Kualitas <i>Website</i>	16
2.3.2 Indikator Kualitas <i>Website</i>	16
2.4 Citra Perusahaan	17

2.4.1	Pengertian Citra Perusahaan.....	17
2.4.2	Indikator Citra Perusahaan	18
2.5	Pengaruh Antar Variabel.....	20
2.5.1	Pengaruh Kualitas <i>Website</i> terhadap <i>Trust</i>	20
2.5.2	Pengaruh Citra Perusahaan terhadap <i>Trust</i>	20
2.5.3	Pengaruh Kualitas <i>Website</i> terhadap Minat Beli	20
2.5.4	Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Minat Beli	21
2.5.5	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap Minat Beli.....	21
2.6	Penelitian Terdahulu	22
2.7	Kerangka Pemikiran Teoritis	23
2.8	Hipotesis	24
BAB III METODELOGI PENELITIAN		25
3.1	Rancangan Penelitian.....	25
3.2	Variabel Penelitian.....	25
3.2.1	Jenis Variabel	25
3.2.2	Definisi Operasional Variabel	26
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	28
3.3.1	Jenis Data.....	28
3.3.2	Sumber Data	28
3.4	Populasi Sampel dan Teknik Sampling	29
3.4.1	Populasi	29
3.4.2	Sampel	29
3.5	Pengumpulan Data.....	30
3.6	Pengolahan Data	31
3.7	Uji Instrumen	32
3.7.1	Uji Validitas.....	32
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	33
3.8	Analisis Data.....	33
3.9	Uji Normalitas.....	36
3.10	Uji Outlier	37
3.11	Uji Hipotesis	37

3.12 Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambar Umum Objek Penelitian.....	39
4.1.1 Profil Blibli.com.....	39
4.1.2 Visi dan Misi Blibli.com	40
4.1.3 Fitur-fitur pada <i>Website</i> Blibli.com.....	41
4.2 Penyajian Data	42
4.2.1 Karakteristik Responden	42
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	44
4.3 Uji Instrumen	46
4.3.1 Uji Validitas.....	46
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	48
4.4 Analisis Data.....	49
4.4.1 Uji Normalitas Data.....	49
4.4.2 Evaluasi <i>Outliers</i>	50
4.4.3 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>) Eksogen dan Endogen	51
4.4.4 Analisis Konfirmatori <i>Full Measurement Model</i>	55
4.4.5 Analisis <i>Structural Equation Modelling (SEM) Full Model</i>	58
4.4.6 Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i>	59
4.4.7 Uji Hipotesis	60
4.4.8 Pengaruh Langsung (<i>Direct</i>) dan Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect</i>).....	63
4.4.9 Uji Mediasi	64
4.5 Pembahasan.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	77

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 <i>Top Brand Index</i> Retail Online Shopping	2
Gambar 1.2 Data Penjualan <i>E-commerce</i> di Indonesia 2022.....	3
Gambar 1.3 Survey Iprice pada Reputasi Blibli. Com.....	6
Gambar 2.1 Analisis Pengaruh Kualitas <i>Website</i> Dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Beli Dengan <i>Trust</i> Sebagai Variabel Intervening Pada Blibli.com (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus)	23
Gambar 4.1 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen	52
Gambar 4.2 Analisis Konfirmatori Variabel Endogen.....	54
Gambar 4.3 <i>Full Measurement</i> Model Sebelum Perbaikan	56
Gambar 4.4 <i>Full Measement</i> Model Setelah Perbaikan.....	57
Gambar 4.5 Analisis Konfirmatori <i>Full Model</i>	58

DAFTAR TABEL

Hal

Tabel 1.1 Peringkat Sepuluh <i>E-commerce</i> dengan Pengunjung Terbanyak 2022 ...	5
Tabel 3.1 Skala Likert	31
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Angkatan	43
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Intensitas Kunjungan.....	43
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas <i>Website</i> (X_1)	44
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Perusahaan (X_2)	45
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Trust</i> (Z).....	45
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Variabel Minat Beli (Y)....	46
Tabel 4.8 Hasil <i>Convergent Validity</i>	47
Tabel 4.9 Uji <i>Variance Extracted</i> (AVE)	47
Tabel 4.10 <i>Discriminant Validity</i>	48
Tabel 4.11 Uji <i>Construct Reliability</i>	49
Tabel 4.12 Uji Normalitas <i>Assessment of normality</i>	50
Tabel 4.13 Analisis <i>Outlier</i>	51
Tabel 4.14 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Index</i> Variabel Eksogen	52
Tabel 4.15 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	53
Tabel 4.16 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Index</i> Variabel Endogen	54
Tabel 4.17 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	55
Tabel 4.18 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Index</i> Full Measurement Model ...	56
Tabel 4.19 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Index</i> Full Measurement Model	57
Tabel 4.21 Standardized Regression Weights.....	59
Tabel 4.22 Hasil Koefisien Determinasi (<i>Squared Multiple Correlation</i>).....	60
Tabel 4.23 Hasil Uji Hipotesis <i>Regression Weights</i>	61
Tabel 4.24 Hasil Estimasi Direct Effect Standardized Regression Weights.....	63
Tabel 4.25 Hasil Estimasi <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i>	64