

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN, DAN
ADVERTISING VISUAL DESIGN TERHADAP NIAT BELI PRODUK PADA
BISNIS *ONLINE SHOPEE*

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Stikubank Semarang)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna menyelesaikan studi akhir dan untuk
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank Semarang



Oleh :

Nama : Rizky Amalia Kesuma

NIM : 16.05.51.0135

Program Studi : S-1 Manajemen

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS STIKUBANK

SEMARANG

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti ujian pendaran skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN,
DAN *ADVERTISING VISUAL DESIGN* TERHADAP NIAT BELI PRODUK**

PADA BISNIS *ONLINE SHOPEE*

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Stikubank Semarang)



Oleh:

Rizky Amalia Kesuma

16.05.51.0135

Program Studi S.1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank

Semarang

Semarang, 29 Januari 2021

Dosen Pembimbing



(Dr. Drs. Robertus Basiya, M.M)

NIDN: 0626026101

HALAMAN PENGESAHAN



PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN, DAN
ADVERTISING VISUAL DESIGN TERHADAP NIAT BELI PRODUK PADA
BISNIS ONLINE SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Stikubank Semarang)

Oleh:

Nama : Rizky Amalia Kesuma

NIM : 16.05.51.0135

Program Studi : S-1 Manajemen

Hasil penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
Pendaftaran Skripsi dan telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank Semarang pada tanggal 8 Maret 2021

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Penguji 1

(Dr. Drs. Robertus Basiva, M.M)

NIDN: 0626026101

Penguji 2

(Dr. Dra. Lie Liana, M.MSi)

NIDN: 0603036501

Penguji 3

(Drs. Rokh Eddy Prabowo, M.Si)

NIDN: 0026125911

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis



(Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si)

NIDN: 0027037101

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

SKRIPSI yang bertandatangan dibawah ini saya:

Nama: Rizky Amalia Kesuma

NIM: 16.05.51.0135

Program Studi: Strata 1 (S1) Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN, DAN ADVERTISING VISUAL DESIGN TERHADAP NIAT BELI PRODUK PADA BISNIS *ONLINE* SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Universitas Stikubank Semarang)”

tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat, atau pemikiran dan penulisan orang lain, yang saya akui seolah-olah tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja atau tidak disengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 23 Januari 2021

Yang menyatakan,



Rizky Amalia Kesuma

MOTTO

“Belajar tidak mengenal akhir. Menganggap diri sebagai seorang cendekiawan atau sarjana terpelajar mengakhiri proses pembelajaran. Kesarjanaan dan kecendekiaan adalah barang mati; sementara proses pembelajaran senantiasa hidup – Anand Krishna”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan untuk kedua orang tua saya, Ayah Untung Sutrisno dan Mama Mareta Kusumawati yang telah berada di Surga sana bersama dengan adik saya yang tercinta, Kiyara Tabita Christiani. Untuk sahabat-sahabat saya, Wahyu Muji, Titik Rahmawati, Rindayu Maharani, Bayu Hermawan, serta Almamater saya Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang. Terimakasih karena tidak pernah menyerah terhadap saya, memberi saya terang untuk meraih apa yang saya impikan, memberi saya semangat dan membantu saya dalam setiap kesulitan saya.

(Rizky Amalia Kesuma)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kepercayaan, dan *Advertising Visual Design* Terhadap Niat Beli Produk Pada Bisnis *Online* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Stikubank Semarang)”. Skripsi ini disusun dengan tujuan memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Selama penelitian dan penulisan skripsi ini, banyak sekali hambatan yang penulis alami, akan tetapi berkat bantuan, dukungan, dan dorongan beberapa pihak, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih:

1. Kepada yang terhormat Dr. Euis Soliha, S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang yang telah memberikan kesempatan dalam yang telah memberikan kesempatan untuk penulisan skripsi ini.
2. Kepada yang terhormat Sri Sudarsi, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Stikubank Semarang.

3. Kepada yang terhormat Dr. Drs. Robertus Basiya, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Kepada yang terhormat Dr. Dra. Lie Liana, M. MSi selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan kritik dan masukan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada yang terhormat Drs. Rokh Eddy Prabowo, M.Si selaku Dosen Penguji III yang telah memberikan kritik dan masukan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Ayah yang selalu mendukung dan mendoakan untuk kelancaran dalam penulisan skripsi ini dan juga Almh.Mama.
7. Untuk teman-teman seperjuangan, Wahyu Muji, Titik Rahmawati, Rindayu Maharani, dan Bayu Hermawan yang tidak berhenti untuk saling memberikan dukungan dan motivasi satu sama lain dalam penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis ucapkan terimakasih kembali kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam penulisan skripsi ini. Penulis juga berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca sekalian.

Semarang, 23 Januari 2021



Rizky Amalia Kesuma

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.5.2 Manfaat Manajerial.....	8
BAB II Landasan Teori, Penelitian Terdahulu, dan Pengembangan Hipotesis.....	10
2.1 Kualitas Produk.....	10
2.1.1 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	11
2.1.2 Dimensi Kualitas.....	13
2.2 Persepsi Harga.....	15

2.2.1 Dimensi Persepsi Harga.....	16
2.2.2 Indikator Persepsi Harga.....	16
2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Harga.....	16
2.3 Kepercayaan.....	18
2.3.1 Dimensi Kepercayaan.....	19
2.3.2 Indikator Kepercayaan.....	21
2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan.....	21
2.4 Advertising Visual Design.....	22
2.4.1 Elemen Advertising Visual Design.....	22
2.4.2 Dimensi Advertising Visual Design.....	24
2.4.3 Indikator Advertising Visual Design.....	25
2.4.4 Efek Visualisasi Iklan.....	26
2.5 Niat Beli.....	26
2.5.1 Dimensi Niat Beli.....	27
2.5.2 Indikator Niat Beli.....	27
2.5.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli.....	28
2.6 Penelitian Terdahulu.....	29
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	30
2.7.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Beli.....	30
2.7.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Niat Beli.....	31
2.7.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Beli.....	32
2.7.4 Pengaruh Advertising Visual Design Terhadap Niat Beli.....	32
2.8 Model Penelitian.....	33
2.8.1 Model Grafis.....	33
2.8.2 Model Matematis.....	34

BAB III Metode dan Rancangan Penelitian.....	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Populasi, Jumlah Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.2.1 Populasi.....	35
3.2.2 Jumlah Sampel.....	35
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.3 Sumber Data.....	37
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.5 Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	38
3.6 Rencana Analisis Data.....	40
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	40
3.6.1.1 Deskripsi Responden.....	40
3.6.1.2 Deskripsi Variabel.....	41
3.7 Uji Instrumen.....	41
3.7.1 Uji Validitas.....	41
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.8 Uji Fit Model.....	42
3.9 Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
4.0 Uji t.....	44
BAB IV Analisis Hasil dan Pembahasan.....	45
4.1 Deskripsi Responden.....	45
4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku.....	46
4.2 Deskripsi Variabel.....	47

4.2.1 Deskripsi Kualitas Produk.....	47
4.2.2 Deskripsi Persepsi Harga.....	48
4.2.3 Deskripsi Kepercayaan.....	48
4.2.4 Deskripsi Advertising Visual Design.....	49
4.2.5 Deskripsi Niat Beli.....	50
4.3 Uji Instrumen.....	51
4.3.1 Uji Validitas.....	51
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	52
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
4.5 Hasil Analisis Data.....	54
4.5.1 Uji Model Fit Model.....	54
4.5.2 Uji Determinasi (R^2).....	55
4.5.3 Uji Hipotesis (Uji t).....	56
4.6 Pembahasan.....	57
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Beli.....	58
4.6.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Niat Beli.....	58
4.6.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Beli.....	59
4.6.4 Pengaruh Advertising Visual Design Terhadap Niat Beli.....	60
BAB V Penutup.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	62
5.3 Implikasi.....	63
5.3.1 Implikasi Teoritis.....	63
5.3.2 Implikasi Manajerial.....	65
5.4 Saran.....	65

5.5 Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Fenomena.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Stikubank Semarang.....	37
Tabel 3.2 Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	38
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku.....	46
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	47
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Persepsi Harga.....	48
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	49
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Advertising Visual Design.....	49
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Niat Beli.....	50
Tabel 4.9 Uji Validitas.....	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	54
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....33