

**PENGARUH KEPERCAYAAN *WEBSITE*, BAURAN PRODUK
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA TOKO *ONLINE* ELEVENIA**

**(Studi Kasus Konsumen Toko *Online* Elevenia Pada Mahasiswa
Universitas Mercu Buana Kampus Menteng Jakarta Pusat)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Nurus Sahari Laili

NIM : 43112120240

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurus Sahari Laili

NIM : 43112120240

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan *plagiat* (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 7 Januari 2017



Nurus Sahari Laili
NIM. 43112120240

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nurus Sahari Laili
NIM : 43112120240
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Kepercayaan *Website*, Bauran Produk dan
Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada
Toko *Online* Elevenia
Tanggal Lulus Ujian : 21 Februari 2017

Disahkan oleh:

Pembimbing,



Drs. Wawan Purwanto, SE., MM.

Tanggal: 25 Februari 2017

Ketua Penguji,



Dudi Permana, ST., MM., Ph.D.

Tanggal: 25 Februari 2017

Dekan,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA.

Tanggal: 25 Februari 2017

Ketua Program Studi
S1 Manajemen



Dudi Permana, ST., MM., Ph.D.

Tanggal: 25 Februari 2017

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kepercayaan *Website*, Bauran Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko *Online* Elevenia”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam penulisan skripsi ini, Penulis menyadari masih banyaknya kesalahan dan kekurangan mengingat terbatasnya waktu, pengetahuan, dan pengalaman Penulis. Namun berkat bantuan dan saran dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Drs. Wawan Purwanto, SE., MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, ST., MM., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Strata 1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Mochamad Soelton, S.Psi., MM., selaku Sekretaris 1 Prodi Strata 1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Ryani Dhyan Parashakti, SE., MM., selaku Sekretaris II Prodi Strata 1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Priyono, SE., MM., selaku dosen pembimbing pengganti yang telah membantu memberikan bimbingan dan berbagai solusi untuk terselesaikannya skripsi ini.
7. Kepada dosen penguji, terimakasih atas saran serta masukannya sehingga tugas akhir yang penulis buat menjadi layak untuk disajikan.
8. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
9. Ayah, ibu, suami dan anak tercinta, atas segala doa dan dukungan baik secara moril maupun materil yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
10. Rekan kerja Bapak Socia Prihawantoro, Bapak Bhinukti Prapto Nugroho, Ibu Pudji Hastusi, Fahrodji, Irawan Suryawijaya, Rizki Firmansyah, Elshedevika Rosya, Anissa Dewi Suryaningtyas, Kristiana, Siwanada, dan Rizky Surya Fitriani atas segala dukungan dan doanya.

11. Teman-teman satu bimbingan: Jesty, Aulia, Dewi dan Destina serta teman-teman yang telah berjuang bersama, saling memberikan semangat dan saling membantu dalam menyusun skripsi.
12. Teman-teman Angkatan 2013 Kelas Reguler II Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
13. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, terima kasih atas dukungan motivasi, bantuan informasi serta doa-doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 7 Januari 2017



Nurus Sahari Laili

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	11
1. Teori Kepercayaan	11
2. Teori Bauran Produk	13
3. Teori Persepsi Harga	16
4. Teori Keputusan Pembelian	20
B. Rerangka Pemikiran	35
C. Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	36

B. Desain Penelitian.....	36
C. Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel	37
1. Definisi Variabel	37
2. Definisi Operasionalisasi Variabel.....	38
D. Pengukuran Variabel.....	39
E. Populasi dan Sampel Penelitian	40
1. Populasi Penelitian.....	40
2. Sampel Penelitian.....	41
F. Teknik Pengumpulan Data.....	42
G. Metode Analisis	42
1. Analisis Deskriptif	42
2. Uji Kualitas Data.....	43
a. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	43
b. Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	49
3. Uji Hipotesis	50

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	55
2. Karakteristik Profil Responden.....	55
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	57
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	58
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
e. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	61
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	62
C. Hasil Uji Kualitas Data	67
1. Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	67
a. Uji Validitas	67
b. Uji Reliabilitas.....	74
2. Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	75

D. Hasil Uji Hipotesis	78
E. Pembahasan Hasil Penelitian	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	83
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Statistik elevenia.co.id.....	4
Tabel 1.2	Website Paling Populer di Indonesia	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1	Hubungan Antara Variabel, Dimensi, Indikator dan Skala.....	39
Tabel 3.2	Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS.....	48
Tabel 4.1	Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2	Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.3	Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan.....	59
Tabel 4.4	Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Tabel 4.5	Deskriptif Responden Berdasarkan Pendapatan.....	61
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Website	63
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel Bauran Produk	64
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga	65
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>Convergen Validity (Cross Loading)</i>	68
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha, Composite Reliability & AVE</i>	70
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	71
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Modifikasi)</i>	72
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)</i>	73
Tabel 4.15	Hasil Uji <i>(Fornell Larcker Criterion) (Modifikasi)</i>	74
Tabel 4.16	Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha, Composite Reliability</i>	75

Tabel 4.17	Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i>	77
Tabel 4.18	Hasil Uji Hipotesis	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Aktivitas Pengguna Internet di Indonesia	3
Gambar 1.2	Prosentase Pengunjung Toko <i>Online</i>	5
Gambar 2.1	Model 5 Tahapan Keputusan Pembelian.....	23
Gambar 2.2	Rerangka Pemikiran Teoritis	35
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. XL Axiata Tbk (Elevenia).....	54
Gambar 4.2	Proporsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Gambar 4.3	Proporsi Responden Berdasarkan Usia	58
Gambar 4.4	Proporsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	59
Gambar 4.5	Proporsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Gambar 4.6	Proporsi Responden Berdasarkan Pendapatan	62
Gambar 4.7	Uji <i>Convergen Validity</i>	68
Gambar 4.8	Model Struktural	74

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	91
Lampiran 2	Rekapitulasi Hasil Jawaban Kuesioner	95
Lampiran 3	Tabel Hasil Karakteristik Responden	106
Lampiran 4	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	111
Lampiran 5	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	113
Lampiran 6	Hasil Uji <i>Fornel Larcker Criterion</i>	115
Lampiran 7	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Modifikasi	116
Lampiran 8	Hasil Uji Hipotesis	117

