

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI DI
MATAHARIMALL.COM**

**(Studi kasus pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan
Manajemen S1 Angkatan 2013 yang masih aktif Universitas Mercu Buana di
Wilayah Meruya - Jakarta Barat)**

SKRIPSI



**Nama : Dessy Komala
NIM : 43113010087**

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI DI
MATAHARIMALL.COM**

**(Studi kasus pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan
Manajemen S1 Angkatan 2013 yang masih aktif Universitas Mercu Buana di
Wilayah Meruya - Jakarta Barat)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Univeristas Mercu
Buana Jakarta**



**Nama : Dessy Komala
NIM : 43113010087**

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dessy Komala

Nim : 43113010087

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, 21 Februari 2017



Dessy Komala

NIM : 43113010087

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

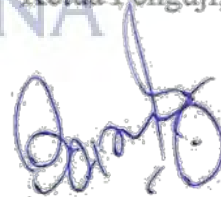
Nama : Dessy Komala
NIM : 43113010087
Program studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli di MatahariMall.com (Studi kasus pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen S1 Angkatan 2013 yang masih aktif Universitas Mercu Buana di Wilayah Meruya – Jakarta Barat).

Tanggal Lulus Ujian : 21 Februari 2017

Disahkan oleh :

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pembimbing, Ketua Penguji,



Dr. Rina Astini, SE., MM

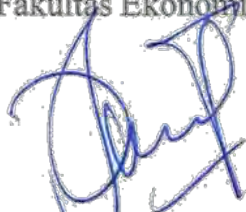
Yennida Parmariza, S.Sos., MM

Tanggal : 28 Feb 2017

Tanggal : 28 Feb 2017

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



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

Dudi Permana, MM., Ph.D

Tanggal : 28 Feb 2017

Tanggal : 28 Feb 2017

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli (Studi kasus pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen S1 Angkatan 2013 yang masih aktif Universitas Mercu Buana di Wilayah Meruya - Jakarta Barat)”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Rina Astini, 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 haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi terutama kepada :

1. Kedua orang tua tercinta (Wardi dan Encin) yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan moral dan material yang tiada henti - hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kakakku (Edi Hidayat) yang selalu memberikan support, doa, dan perhatian serta menginspirasi peneliti selama ini.
3. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

5. Dudi Permana, MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Jajaran program studi Manajemen S1, Mochamad Soelton, S.Psi., MM dan Ryani Dhyan Parashakti, SE., MM selaku Sekretaris I dan Sekretaris II Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
7. Kepada dosen penguji, Ibu Yennida Parmariza, S.Sos., MM dan Ibu Ryani Dhyan Parashakti, SE., MM terima kasih atas saran serta masukannya sehingga tugas akhir yang penulis buat menjadi layak untuk disajikan.
8. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.
9. Teman-teman satu bimbingan yang selalu ada dan saling mendukung : Miyo, Sulastri, Taufan.
10. Sahabat - sahabat penulis: Megawati, Sulastri, Fitri, Andrena, Ririn, Yholanda, Widia, Miyotien, Graphite, Ivon, Putri yang telah memberikan doa dan motivasi pada penulis.
11. Seluruh mahasiswa Manajemen S1 angkatan 2013 yang telah memberikan semangat kepada penulis yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

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.

Jakarta, 21 Februari 2017

Dessy Komala

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	11
1. Tujuan Penelitian	11
2. Kontribusi Penelitian	11
BAB II	KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS
A. Kajian Pustaka	13
1. Manajemen Pemasaran	13
2. <i>E-commerce</i>	14
3. Perilaku Konsumen	16
4. Kualitas Produk	17
5. Kepercayaan Konsumen	22
6. Minat Beli	29
7. Penelitian Terdahulu	32
8. Hubungan Antar Variabel	33

B. Rerangka Konseptual	37
C. Hipotesis	38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	39
1. Waktu Penelitian	39
2. Tempat Penelitian	39
B. Desain penelitian	39
C. Definisi dan Operasional Variabel	40
1. Pengertian Variabel	40
2. Definisi Operasional Variabel	41
D. Pengukuran Variabel	43
E. Populasi dan Sampel	44
1. Populasi	44
2. Sampel	45
F. Teknik Pengumpulan Data	46
G. Jenis Data Penelitian	47
H. Metode Analisis Data	47
1. SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	47
2. Uji Kualitas Data	55
a. Validitas	55
b. Uji Reliabilitas	55
c. Pengujian Hipotesis	57

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	58
B. Statistik Deskriptif	59
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan Orang Tua Responden	61

C. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian	62
1. Hasil Uji Validitas Variabel dan Hasil Uji Reliabilitas Variabel	62
D. Uji Kecocokan Model Pengukuran	71
1. Uji Kecocokan Model Keseluruhan	71
2. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T)	74
3. Pengujian Hipotesis Penelitian	76
E. Analisis Hasil Penelitian	78
1. Analisis Kualitas Produk terhadap Minat Beli	78
2. Analisis Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli	78
BAB V	
SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tabel Peringkat Situs <i>E-commerce</i> di Indonesia	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	42
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	44
Tabel 3.3 <i>Goodness Of Fit Index</i>	52
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	64
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen	67
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Minat Beli	69
Tabel 4.4 Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran	72
Tabel 4.5 Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran (Modifikasi)	74
Tabel 4.6 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural Model Penelitian	76
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	77

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kepopuleran MatahariMall.com	7
Gambar 1.2 Persentase Kunjungan MatahariMall.com	7
Gambar 2.1 Rerangka Konseptual	37
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	60
Gambar 4.2 Penghasilan per Bulan Orang Tua Responden	61
Gambar 4.3 Model Pengukuran Variabel Kualitas Produk	63
Gambar 4.4 Model Pengukuran Variabel Kepercayaan Konsumen	66
Gambar 4.5 Model Pengukuran Variabel Minat Beli	69
Gambar 4.6 Model Pengukuran Keseluruhan Variabel Penelitian	71
Gambar 4.7 Model Pengukuran Keseluruhan Variabel Penelitian (Modifikasi)	73
Gambar 4.8 Model Struktural (T Value)	75



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner	88
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner	91
Lampiran 3 : Hasil Karakteristik Responden (Excel)	97
Lampiran 4 : Uji Validitas	98
Lampiran 5 : Uji Reliabilitas	100
Lampiran 6 : Uji Kecocokan Model Keseluruhan	101
Lampiran 7 : Uji Kecocokan Model Keseluruhan (Modifikasi)	103
Lampiran 8 : Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T)	106

