

**PENGARUH IKLAN INTERNET DAN KUALITAS *WEBSITE*
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 : Miyotien Nabila Ningrum
NIM : 43113010074

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

**PENGARUH IKLAN INTERNET DAN KUALITAS *WEBSITE*
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 Universitas
Mercu Buana Jakarta**



Nama : Miyotien Nabila Ningrum

NIM : 43113010074

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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Miyotien Nabila Ningrum

Nim : 43113010074

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, 14 Maret 2017



Miyotien Nabila Ningrum

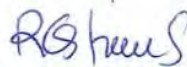
NIM : 43113010074

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Miyotien Nabila Ningrum
NIM : 43113010074
Program studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Internet, Kualitas *Website* 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 : Januari 2017

Disahkan oleh :

Pembimbing,



Dr. Rina Astini, SE., MM

Tanggal : 16/3/2017

Ketua Penguji



Iwan Firdaus, S.Kom., MM

Tanggal : 16/3/2017

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

Tanggal : 16/3/2017

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



Dudi Permana, MM., Ph.D

Tanggal : 16/3-2017

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkah dan limpahan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Iklan Internet dan Kualitas Website 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 ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa terselesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk, dan saran dari semua 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. Untuk itu penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih pada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada :

1. Ibu tercinta, Dwi Iarasati yang telah mendidik penulis, memberi semangat serta memberi kasih sayang dan doa yang tiada henti.
2. Kakek Nenek beserta keluarga besar Suyoto yang telah memberikan doa, semangat, dukungan, dan menghibur penulis.
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 Mercubuana.
5. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Jajaran program studi Manajemen S1, Bapak Mochamad Soelton, S.Psi., MM dan Ibu Ryani Dhyan Parashakti, SE., MM selaku Sekretaris I dan Sekretaris II Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.

7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan kepada penulis.
8. Teman seperjuangan skripsi Dessy dan Sulastri yang telah membantu penulis dalam suka dan duka.
9. Sahabat - sahabat penulis: Putri, Graphite, Ivon dan Widia untuk segala keceriaan, kebersamaan, nasehat, motivasi, dan bantuannya.
10. Sugih Bamuldi S.Pd yang telah memberikan semangat, perhatian, kasih sayang, motivasi, dan bantuannya.
11. Teman-teman seluruh Warkop Manajemen S1 yang telah memberikan semangat dan dukungannya.
12. Seluruh teman Manajemen S1 angkatan 2013, kakak senior dan teman-teman satu bimbingan yang tidak bisa disebutkan satu persatu, atas dukungan moril, dorongan semangatnya selama pembuatan skripsi ini.
13. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta 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.

Jakarta, 25 Januari 2017

Miyotien Nabila Ningrum

NIM : 43113010074

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACK	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	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	10
1. Tujuan Penelitian	10
2. Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	12
1. Manajemen Pemasaran	12
2. <i>E-commerce</i>	13
3. Perilaku Konsumen	15
4. Iklan Internet	16
5. Kualitas <i>Website</i>	23
6. Minat Beli	28
7. Penelitian Terdahulu	31
8. Hubungan Antar Variabel	33

B. Rerangka Pemikiran	35
C. Hipotesis	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	37
1. Waktu Penelitian	37
2. Tempat Penelitian	37
B. Desain penelitian	37
C. Definisi dan Operasional Variabel	38
1. Pengertian Variabel	38
2. Definisi Operasional Variabel	39
D. Pengukuran Variabel	41
E. Populasi dan Sampel	42
1. Populasi	42
2. Sampel	42
F. Teknik Pengumpulan Data	44
G. Jenis Data Penelitian	44
H. Metode Analisis Data	45
1. SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	45
2. Uji Kualitas Data	52
a. Uji Validitas	52
b. Uji Reliabilitas	52
c. Pengujian Hipotesis	54

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
B. Statistik Deskriptif	56
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan	

	Orang Tua Responden	58
C.	Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian	59
	1. Hasil Uji Validitas Variabel dan Hasil Uji Reliabilitas Variabel	59
D.	Uji Kecocokan Model Pengukuran	69
	1. Uji Kecocokan Model Keseluruhan	69
	2. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T)	73
	3. Pengujian Hipotesis Penelitian	75
E.	Analisis Hasil Penelitian	77
	1. Analisis Kualitas Produk terhadap Minat Beli	77
	2. Analisis Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli	77
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
	A. Simpulan	79
	B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Peringkat Situs <i>E-commerce</i> di Indonesia	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	42
Tabel 3.3 <i>Goodness Of Fit Index</i>	49
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Iklan Internet	61
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Kualitas <i>Webiste</i>	64
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Minat Beli	67
Tabel 4.4 Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran	71
Tabel 4.5 Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran (Modifikasi)	73
Tabel 4.6 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural Model Penelitian	75
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kepopuleran MatahariMall.com	5
Gambar 1.2 Persentase Kunjungan MatahariMall.com	5
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran	34
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	57
Gambar 4.2 Penghasilan per Bulan Orang Tua Responden	58
Gambar 4.3 Model Pengukuran Variabel Iklan Internet	60
Gambar 4.4 Model Pengukuran Variabel Kualitas <i>Website</i>	63
Gambar 4.5 Model Pengukuran Variabel Minat Beli	67
Gambar 4.6 Model Pengukuran Keseluruhan Variabel Penelitian	70
Gambar 4.7 Model Pengukuran Keseluruhan Variabel Penelitian (Modifikasi)	72
Gambar 4.8 Model Struktural (T Value)	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	87
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner	91
Lampiran 3 : Hasil Karakteristik Responden (Excel)	97
Lampiran 4 : Uji Validitas	98
Lampiran 5 : Uji Reliabilitas	101
Lampiran 6 : Uji Kecocokan Model Keseluruhan	102
Lampiran 7 : Uji Kecocokan Model Keseluruhan (Modifikasi)	105
Lampiran 8 : Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T)	108

