

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS WEBSITE, DAN  
DIFERENSIASI TERHADAP SIKAP KONSUMEN DAN  
DAMPAKNYA PADA MINAT BELI KONSUMEN  
*ONLINE SHOP BLIBLI.COM*  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta Barat)**

SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

NAMA : Mia Utami Putri

NIM : 43112010226

**Program Studi Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2016**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS WEBSITE, DAN  
DIFERENSIASI TERHADAP SIKAP KONSUMEN DAN  
DAMPAKNYA PADA MINAT BELI KONSUMEN  
*ONLINE SHOP BLIBLI.COM***

**(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta Barat)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi  
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**NAMA : Mia Utami Putri**

**NIM : 43112010226**

**Program Studi Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2016**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mia Utami Putri  
Nim : 43112010226  
Program Studi : Manajemen –S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Website, Dan Diferensiasi Terhadap Sikap Konsumen Dan Dampaknya Pada Minat beli Konsumen *Online Shop* Blibli.com

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

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

Jakarta, 25 Februari 2016

  
(Mia Utami Putri)

43112010226

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mia Utami Putri  
Nim : 43112010226  
Program Studi : Manajemen –S1  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Website, Dan Diferensiasi Terhadap Sikap Konsumen Dan Dampaknya Pada Minat beli Konsumen *Online Shop* Blibli.com  
Tanggal Lulus Ujian : 25 Februari 2016

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji

  
**(Endi Rekarti, SE.,ME)**

Tanggal : 25 Februari 2016

  
**(Dudi Permana, Ph. D., MM)**

Tanggal : 25 Februari 2016

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen S1

  
**(Prof. Dr. Wiwik Utami Ak., MS., CA)**

Tanggal : 25 Februari 2016

  
**(Dr. Rina Astini SE., MM)**

Tanggal: 25 Februari 2016

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat MENCAPAI GELAR Sarjana Ekonomi pada fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Melalui berbagai data yang tersedia dan dengan kemampuan yang masih terbatas dalam penelitian ini penulis mencoba menganalisa Kepercayaan, Kualitas Website, Diferensiasi, Sikap Konsumen serta Minat Beli. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Website, dan Diferensiasi Terhadap Sikap Konsumen Dan Dampaknya Pada Minat Beli Konsumen Online Shop Blibli.com.**

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Endi Rekarti, S.E., M.E, selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr.Ir Arrisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak. Ms., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Jajaran Program studi manajemen S1, ibu Dr. Rina Astini SE., MM selaku kaprodi manajemen S1, ibu Luna Haningsih, SE., ME dan ibu Hesti Maheswari, SE., M, Si selaku sekretaris I dan sekretaris II Program Studi Manajemen S1.

4. Kedua orang tua penulis Rahmat dan Sulianti, yang telah memberikan doa, dukungan, semangat dan kasih sayang yang tiada batasnya sehingga penulis bisa mencapai pendidikan sampai saat ini.
5. Raden Dani Agung, terimakasih atas doa, kasih sayang, motivasi dan telah mengajarkan dan membimbing dengan sabar dalam membantu menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Kakak adik, mba riska, mas andi yang telah memberikan dukungan, motivasi serta semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Sahabat Ryan Platessa, Fidya Syah Putri, Shanti Mira, Elin Situ Resmi, Ari Setyastuti, terimakasih atas doa, motivasi dan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman bimbingan Ima Arifiyanti, Ida Fatmawati, Siti Kholija Siregar, Dian Puji Arifiansyah, Lutfi, Andi Subchan, Eggy Pratama, Riduan Aldina, Aryo. Terimakasih atas kebersamaannya selama bimbingan, dan motivasi serta saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teman-teman IMVU yang selalu memberikan semangat dan motivasi serta saran dan doa, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Bapak, Ibu dosen Universitas Mercu Buana yang telah banyak membagi ilmu dan bimbingan selama kuliah, tanpa jasa bapak dan ibu, penulis tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini.

11. Seluruh staff tata usaha fakultas ekonomi yang telah membantu penulis dalam memenuhi persyaratan penyusunan skripsi.

12. Seluruh keluarga besar Universitas Mercu Buana

Kepada seluruh pihak dan teman-teman penulis yang lainnya yang tidak disebutkan namanya satu persatu. Skripsi yang penulis susun ini masih banyak kekurangan, baik dalam materi maupun cara penulisan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang. Semoga tugas akhir yang penulis susun dapat bermanfaat dan menjadi ilmu bagi kita semua, Amin.

Jakarta, 25 Februari 2016

Penulis



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Mia Utami Putri  
NIM 43112010226

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	12
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian .....	12
1. Tujuan Penelitian .....	12
2. Kontribusi Penelitian .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Pustaka .....	15
1. Internet Marketing .....	15
2. Minat Beli .....	16
3. Sikap Konsumen .....	18
4. Kepercayaan .....	22
5. Kualitas Website .....	27



6. Diferensiasi .....	31
B. Penelitian Terdahulu .....	34
C. Kerangka Pemikiran .....	36
D. Model Penelitian .....	42

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	43
1. Waktu Penelitian .....	43
2. Tempat Penelitian .....	43
B. Desain Penelitian .....	44
C. Definisi dan Operasional Variabel .....	44
1. Definisi Variabel .....	44
2. Operasional Variabel .....	44
D. Skala Pengukuran .....	47
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	48
1. Populasi Penelitian .....	48
2. Sampel Penelitian .....	49
F. Teknik Pengumpulan Data .....	50
G. Jenis Data Penelitian .....	50
H. Metode Analisis Data .....	51
1. Analisis Model Persamaan SEM .....	51
2. Uji Validitas .....	53
3. Uji Reabilitas .....	54
4. Asumsi-asumsi SEM .....	55

5. Proses Analisis SEM .....	56
6. Pengujian Hipotesis .....	61
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Blibli.com .....	63
1. Tempat dan Waktu .....	64
2. Karakteristik Profil Responden .....	65
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Keamin .....	65
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	66
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	67
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Dalam Sebulan .....	68
B. Analisis Deskriptif Variabel .....	69
1. Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli .....	69
2. Analisis Deskriptif Variabel Sikap Konsumen .....	70
3. Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan .....	71
4. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Website .....	72
5. Analisis Deskriptif Variabel Diferensiasi .....	74
C. Uji Validitas dan Uji Reabilitas Variabel .....	75
1. Hasil Uji Validitas Variabel .....	76
2. Hasil Uji Reabilitas Variabel .....	80

D. Pengolahan Data Uji Kecocokan Model Pengukuran .....	81
1. Uji Kecocokan Model Pengukuran Untuk	
Masing-masing Variabel Penelitian .....	81
a. Variabel Minat Beli .....	81
b. Variabel Sikap Konsumen .....	83
c. Variabel Kepercayaan .....	84
d. Variabel Kualitas Website .....	85
e. Variabel Diferensiasi .....	86
2. Uji Kecocokan Model Pengukuran .....	87
3. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T) .....	89
4. Pengujian Hipotesis Penelitian .....	91
5. Uji Kecocokan Model Struktural (Standart Solution) .....	93
E. Analisis Hasil Penelitian .....	95
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>96</b>
A. Kesimpulan .....	98
B. Saran .....	101
1. Saran untuk <i>Online Shop</i> Blibli.com .....	101
2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....	105
DAFTAR PUSTAKA .....	106
LAMPIRAN .....	109