



**PENGARUH DESAIN WEBSITE ZALORA TERHADAP MINAT BELI
MAHASISWA UNIVERSITAS MERCUBUANA**

SKRIPSI

Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

ANGGIE ANGGRAENI

44411010012

**BIDANG STUDI VISUAL AND ART COMMUNICATION
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENGARUH DESAIN WEBSITE ZALORA TERHADAP
MINAT BELI MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU BUANA**

Nama : Anggie Anggraeni

NIM : 44411010012

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Visual and Art Communication

Jakarta, 10 Maret 2015

Mengetahui,

Pembimbing

(Morissan, M.A.,)



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENGARUH DESAIN WEBSITE ZALORA TERHADAP
MINAT BELI MAHASISWA UNIVERSITAS MERCUBUANA**

Nama : Anggie Anggraeni

Nim : 44411010012

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Visual and Art Communication

Jakarta, 26 Maret 2015

Ketua Sidang,
Drs. Dadan Iskandar, M.Si,


(.....)

Penguji Ahli,
Dr. Ahmad Mulyana., M.Si


(.....)

Pembimbing
Morissan, M.A.,


(.....)



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH DESAIN WEBSITE ZALORA TERHADAP
MINAT BELI MAHASISWA UNIVERSITAS MERCUBUANA**

Nama : Anggie Anggraeni

Nim : 44411010012

Fakultas : Ilmu Komunikasi

BidangStudi : Visual and Art Communication

Jakarta, 6 April 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Morissan, M.A)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair., M.Si)

Ketua Bidang Studi Visual & art
communication

(Drs. Dadan Iskandar, M.Si)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat, berkat dan nikmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini sesuai dengan harapan dan kemampuan peneliti. Dalam penelitian ini peneliti mengambil judul **“PENGARUH DESAIN WEBSITE ZALORA TERHADAP MINAT BELI DI FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA”**

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Strata 1 (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Visual and Art Communication, Universitas Mercu Buana, Jakarta. Oleh karena itu pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Morissan, M.A, selaku Pembimbing Skripsi yang selalu membimbing penelitian sampai sejauh ini.
2. Bapak Drs. Dadan Iskandar, M.Si, selaku Pembimbing Akademik dan Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang selalu membimbing penelitian dalam masa studi.
3. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Pembimbing Akademik serta Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

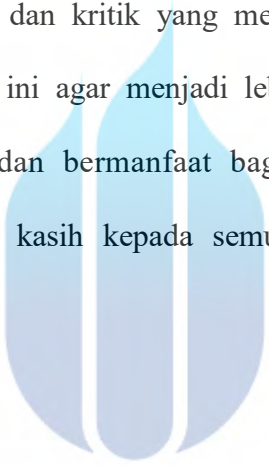
5. Bapak Drs. A. Rachman.,M.Si, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
6. Kedua orang tua Bapak Nurochim dan Ibu Parida yang telah memberikan support dalam bentuk doa, materi dan nasehat selama masa studi.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bantuannya dengan matakuliah-matakuliah yang bermanfaat bagi penelitian.
8. Seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
9. Keluarga Besar, Renaldy yusuf dan P. Bambang Kusuma. J adik-adikku dan sanak saudara yang lain, terima kasih karena telah membantu memberikan support dan doa
10. Teman-teman kampusku (Rina, Lina, Endah, Rurin, Indah, Gita, Aidy dan Ira) atas semua bimbingannya, semangatnya, bantuan dan usahanya yang telah membantu penulis hingga saat ini.
11. Teman-teman rumahku (fitri, desi dan fania) atas semangat, doa dan bantuannya selama ini. Juga kepada Agung Apriandi terimakasih atas doanya, dukungannya serta bantuannya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Terima kasih juga untuk Muthia Rahayu alias aya selaku asdos yang telah membantu penelitian hingga sejauh ini.

13. Teman-teman Visual and Art Communication 2011 Universitas Mercu Buana yang juga ikut andil dalam pembuatan skripsi ini

14. Semua pihak yang ikut andil dalam pembuatan skripsi namun tidak dapat di sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak sekali kekurangan dalam skripsi ini, oleh sebab itu segala saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan guna menyempurnakan penelitian ini agar menjadi lebih baik lagi. Besar harapan agar skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pengguna. Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya.

Jakarta, 26 Maret 2015



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Anggie Anggraeni

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1 Kegunaan Akademis.....	7
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa.....	8
2.1.1 Proses Komunikasi Massa.....	9
2.1.2 Model Komunikasi Massa.....	11
2.1.3 Media Online (<i>New Media</i>).....	12
2.2 Komunikasi Visual.....	12

2.3 Teori.....	15
2.3.1 Teori Komunikasi Massa.....	15
2.4 Perilaku Konsumen.....	18
2.4.1 Minat Beli.....	21
2.5 Website.....	22
2.5.1 Keunggulan Website.....	23
2.5.2 Tujuan Situs Website.....	24
2.5.3 Desain Situs Website.....	28
2.5.4 Pemeliharaan Website.....	34
2.5.5 Fungsi Website.....	35
2.5.6 Prinsip Desain Website.....	36
 BAB III METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian.....	39
3.2 Metode Penelitian	39
3.3 Populasi dan Sampel.....	40
3.3.1 Populasi.....	40
3.3.2 Sampel.....	41
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	43
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	44
3.4.1 Definisi konsep.....	44
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5.1 Data Primer.....	48

3.5.2 Data Sekunder.....	48
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
3.6.1 Validitas.....	49
3.6.2 Reliabilitas.....	51
3.7 Teknik Analisi data.....	54
3.7.1 Skala Likert.....	54
3.7.2 Analisis Korelasi.....	55
3.7.3 Uji Regresi.....	57
3.7.4 Hipotesis Penelitian.....	58
3.7.5 Uji F	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	60
4.1.1 Tentang Zalora	60
4.1.2 Visi dan Misi Zalora	61
4.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1 Data Responden	61
4.2.1.1 Jenis Kelamin	62
4.2.1.2 Jurusan Responden	62
4.2.1.3 Tahun Angkatan Responden	63
4.2.2 Desain Website.....	64
4.2.3 Minat Beli	70
4.3 Analisis Data	74

4.3.1 Hasil Nilai Mean Variabel Bebas (Pengaruh Desain Website)	74
4.3.2 Hasil Nilai Mean Variabel Bebas (Minat Beli)	75
4.3.3 Uji Korelasi	75
4.3.4 Uji Regresi	78
4.4 Pembahasan	83

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88
5.2.1 Saran Akademis	88
5.2.2 Saran Praktis	89



DAFTAR TABEL

3.1 Tabel Oprasionalisasi Konsep	45
3.2 Tabel Tingkat Koefisien Korelasi	50
3.3 Uji Validitas Variabel X (Pengaruh Desain Website)	51
3.4 Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli)	51
3.5 Tingkat Reliabilitas <i>Alpha Cronbach</i>	52
3.6 Uji Reliabilitas Desain Website (X)	53
3.7 Uji Reliabilitas Minat Beli (Y)	53
3.8 Pengukuran Skor	55
3.9 Koefisien Korelasi	56
4.1 Jenis Kelamin Responden	62
4.2 Jurusan Responden	62
4.3 Tahun ANgkatan Responden	63
4.4 Tampilan pada website zalora terlihat professional	64
4.5 Tampilan pada website zalora tidak membingungkan	65
4.6 Penilaian Dimensi Tampilan	65
4.7 Teks yang terdapat pada website zalora mudah dibaca	66
4.8 Teks yang terdapat pda website zalora mudah dipahami	66
4.9 Penilaian Dimensi Teks	67
4.10 Warna yang terdapat pada website zalora terlihat elegant	67

4.11 Warna yang terdapat pada gambar foto produk-produk zalora terlihat kontras.	68
4.12 Penilaian Dimensi Warna.....	69
4.13 Saya mengetahui produk-produk yang dijual di zalora.....	70
4.14 Saya mengetahui kisaran harga produk-produk zalora.....	71
4.15 Penilaian Dimensi Perhatian.....	71
4.16 Saya menyukai model-model produk yang dijual di zalora.....	72
4.17 Penilaian Dimensi Ketertarikan.....	72
4.18 Saya berkeinginan untuk membeli produk zalora.....	73
4.19 Penilaian Dimensi Keinginan.....	74
4.20 Hasil Nilai Mean Variabel Bebas (Desain <i>Website</i>).....	74
4.21 Hasil Nilai Mean Variabel Bebas (Desain <i>Website</i>).....	75
4.22 Tabel Correlation.....	77
4.23 Tingkat Koefisien Korelasi.....	70
4.24 Tabel Model Summary.....	80
4.25 Tabel ANNOVA.....	80
4.26 Tabel Coeffisient.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tampilan website zalora.....	29
Gambar 2.2 Tampilan website zalora.....	32
Gambar 2.3 Tampilan teks pada website zalora.....	33

