

SKRIPSI
PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN
KONSUMEN DAN *DESAIN WEB* TERHADAP MINAT BELI
PADA PUVINA.ID



DISUSUN OLEH:
ANTONIUS KEVIN TEDRY
1723018043

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2021

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN
DESAIN WEB TERHADAP MINAT BELI PADA PUVINA.ID

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis

Fakultas Kewirausahaan

OLEH:

ANTONIUS KEVIN TEDRY

1723018043

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2021

SURAT PERYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Antonius Kevin Tedry

NRP : 1723018043

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Konsumen, dan
Desain Web Terhadap Minat Beli Pada Puvina.id

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 19 November 2021
Yang menyatakan,



Antonius Kevin Tedry

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Antonius Kevin Tedry

NRP : 1723018043

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Konsumen dan *Desain Web* Terhadap Minat Beli Pada Puvina.id

Menyetujui skripsi saya untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian persyaratan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 November 2021
Yang menyatakan,



Antonius Kevin Tedry

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN KONSUMEN
DAN *DESAIN WEB* TERHADAP MINAT BELI PADA
PUVINA.ID

OLEH:

ANTONIUS KEVIN TEDRY
1723018043

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

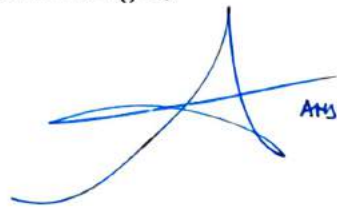
Pembimbing I,



Veronika Rahmawati, SE., M.Si
NIK 172.98.0361

Tanggal: 22 Nov 2021

Pembimbing II,



Aldo Hardi Sancoko, SE., MM
NIK 172.18.0997

Tanggal: 19 November 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Antonius Kevin Tedry NRP: 1723018043
Telah diuji pada tanggal 29 November 2021 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji.

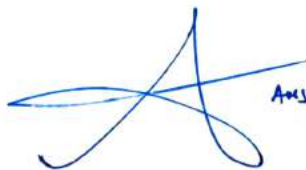
Ketua Tim Penguji,



Veronika Rahmawati, S.E., M.Si
NIK 172.98.0361

Mengetahui:

Ketua Prodi,



Aldo Hardi Sancoko, SE., MM
NIK 172.18.0997

Dekan,



Dr. Dayah Tulipa, MM
NIK 172.02.0543

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya yang telah memberikan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan pada laporan skripsi dengan judul “PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN *DESAIN* WEB TERHADAP MINAT BELI PADA PUVINA.ID” dapat dikerjakan dengan baik. Penulis juga ingin berterima kasih karena telah mendapat banyak bantuan dan bimbingan dari banyak pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dalam memenuhi syarat kelulusan Fakultas Kewirausahaan, Jurusan Kewirausahaan, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Diah Tulipa, MM selaku Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Aldo Hardi Sancoko, SE., MM selaku Wakil Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
4. Bapak Aldo Hardi Sancoko, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
5. Kepada Dosen dan Karyawan dan seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan informasi guna kelancaran pengumpulan laporan skripsi.
6. Kepada segenap keluarga saya yang telah memberikan banyak sekali dukungan, doa, cinta kasih, dalam penyusunan laporan skripsi ini dan dalam masa studi yang saya tempuh selama ini.
7. Kepada teman-teman yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan laporan penulisan skripsi ini, terima kasih atas doa, dukungan, dan saran yang diberikan.

Segala hal yang menyangkut isi dari skripsi ini sudah dilakukan dengan usaha dari penulis. Akhir kata dari saya, mengingat banyak keterbatasan yang dimiliki penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi yang jauh dari kata sempurna ini. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan penulis terima dengan senang hati. Terima kasih atas perhatiannya yang diungkapkan

penulis semoga laporan penulisan skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca.

Surabaya, 19 November 2021

Penulis,
(Antonius Kevin Tedry)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTENSI	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 <i>Digital Marketing</i>	10
2.2.2 Persepsi Harga	11
2.2.3 Kepercayaan Konsumen	13
2.2.4 <i>Desain Web</i>	15
2.2.5 Minat Beli.....	16
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	18
2.3.1 Pengaruh Persepsi Harga dengan Minat Beli.....	18
2.3.2 Pengaruh Kepercayaan Konsumen dengan Minat Beli..	18
2.3.3 Pengaruh <i>Desain Web</i> dengan Minat Beli.....	19
2.4 Kerangka atau Model Konseptual	19
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	20
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	21
3.2 Objek Penelitian.....	21
3.3 Populasi dan Sampel.....	22
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	24

3.6 Statistik Deskriptif	25
3.7 Pengujian Kualitas Data	26
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	26
3.7.2 Uji Asumsi	26
3.7.3 Uji Model.....	28
3.7.4 Uji Hipotesis.....	29
3.7.5 Analisis Regresi Linier Berganda	29
BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner	31
4.2 Gambaran Umum Responden	32
4.3 Data Deskriptif.....	35
4.3.1 Variabel Persepsi Harga.....	35
4.3.2 Variabel Kepercayaan Konsumen.....	37
4.3.3 Variabel <i>Desain Web</i>	38
4.3.4 Variabel Minat Beli.....	39
4.4 Hasil Pengujian Kualitas Data.....	40
4.4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
4.4.2 Hasil Uji Asumsi	43
4.4.3 Hasil Uji Model.....	46
4.4.4 Hasil Uji Hipotesis	46
4.5 Analisis Regresi Berganda	47
4.6 Pembahasan.....	49
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran	53
5.2.1 Saran Akademis	53
5.2.2 Saran Praktis.....	53
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	9
Tabel 4.1	Pembagian dan Pengembalian Kuesioner.....	31
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	32
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	33
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	33
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	34
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	34
Tabel 4.8	Interval Rata-Rata Skor.....	35
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	36
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Konsumen	37
Tabel 4.11	Statistik Deskriptif Variabel <i>Desain Web</i>	38
Tabel 4.12	Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli.....	39
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Persepsi Harga.....	41
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Kepercayaan Konsumen.....	41
Tabel 4.15	Hasil Uji Validitas <i>Desain Web</i>	41
Tabel 4.16	Hasil Uji Validitas Minat Beli.....	42
Tabel 4.17	Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.18	<i>Kolmogorov Smirnov</i> – Pengujian Normalitas	43
Tabel 4.19	<i>Collinearity Statistics</i> – Pengujian Multikolinieritas	44
Tabel 4.20	Hasil Uji Autokorelasi.....	45
Tabel 4.21	Hasil Uji Model F	46
Tabel 4.22	Hasil Uji Hipotesis.....	47
Tabel 4.23	Analisis Regresi Berganda	48
Tabel 4.24	Koefisien Determinasi	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Penggunaan Telepon, Internet, dan Media Sosial	2
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas.....	43
Gambar 4.2	Hasil Uji Heterokedastisitas	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner.....	59
Lampiran 2	: Data Deskriptif.....	64
Lampiran 3	: Data Regresi 1	67
Lampiran 4	: Data Regresi 2	70
Lampiran 5	: Data Deskriptif 1	73
Lampiran 6	: Data Deskriptif 2	75
Lampiran 7	: Uji Validitas dan Reliabilitas	77
Lampiran 8	: Uji Asumsi	83
Lampiran 9	: Uji Model dan Hipotesis	85

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN
DESAIN WEB TERHADAP MINAT BELI PADA
PUVINA.ID

ABSTRACT

The competition of business is really high nowadays makes businessman to start competing develop their business and especially develop business in the fastest way to use increasingly modern technology and increasingly encourage business competition. So that, the factor need to develop a business include prices perception factors, consumer trust and web design that can increase purchase intention from consumers. Companies are starting to realize that the factors of price perception, consumer trust and web design affect the purchase intention of a product from small, medium and large companies. This study was conducted to determine whether price perception, consumer trust and web design affect purchase intention at Puvina.id. This study use 103 respondents whose data were obtained from questionnaires distributed online via google form, the data was processed using SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). The results of SPSS processing show that Consumer Trust and Web Design have a significant effect on Purchase Intention. Meanwhile, price perception does not significantly influence Purchase Intention. Through this research, it is hoped that Puvina.id can increase consumer trust and continue to improve the quality of web design so that it can increase consumer purchase intention.

Keywords: Consumer Trust, Web Design, and Purchase Intention

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN
DESAIN WEB TERHADAP MINAT BELI PADA
PUVINA.ID

ABSTRAK

Persaingan bisnis yang semakin tinggi pada zaman sekarang membuat para pembisnis mulai berlomba-lomba untuk mengembangkan usaha dan terutama mengembangkan bisnis dengan cara paling cepat adalah menggunakan teknologi yang semakin modern dan semakin mendorong persaingan bisnis. Sehingga, faktor yang diperlukan untuk mengembangkan usaha antara lain faktor persepsi harga, kepercayaan konsumen dan *desain web* yang dapat meningkatkan minat beli dari konsumen. Perusahaan mulai menyadari bahwa faktor persepsi harga, kepercayaan konsumen dan *desain web* berpengaruh pada minat pembelian terhadap suatu produk baik untuk perusahaan skala kecil, menengah maupun besar. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah persepsi harga, kepercayaan konsumen dan *desain web* berpengaruh terhadap minat beli pada Puvina.id. Penelitian ini menggunakan 103 responden yang data diperoleh dari kuesioner yang disebar secara online melalui *google form*, data tersebut diolah menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Hasil pengolahan SPSS menunjukkan bahwa Kepercayaan Konsumen dan *Desain Web* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Sedangkan Persepsi harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli. Melalui penelitian ini diharapkan Puvina.id dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan tetap meningkatkan kualitas *desain web* sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Kata Kunci: Kepercayaan Konsumen, *Desain Web*, dan Minat Beli