

**Pengaruh Persepsi Harga Dan Tampilan Web Terhadap
Kepuasan Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia
di Kota Padang**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

RAHAYU HIDAYATI

1710011211164

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNGHATTA**

2021

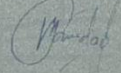
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : RAHAYU HIDAYATI
NPM : 1710011211164
Program Study : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga dan Tampilan Web Terhadap Kepuasan Konsumen pada E-Commerce Tokopedia di Kota Padang.

Telah disetujui skripsinya sesuai prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan telah dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada hari Jum'at, 11 Februari 2022.

Pembimbing



Irda, S.E., M.A

Disetujui oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta



Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si.

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT , atas segala limpahan karunia dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga dan Tampilan Web Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-commerce Tokopedia di Kota Padang”**. Shalawat dan salam penulis mohonkan kepada Allah agar dilimpahkan kepada Nabi Muhammmad SAW, yang telah meletakkan pondasi ilmu pengetahuan bagi umat manusia.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada Ayahanda **RAHMAT HIDAYAT** dan Ibunda **YULINDA MAWARTI** tercinta, yang senantiasa memberikan motivasi, semangat dan pengorbanan lainnya baik moril maupun materil demi selesainya penyusunan skripsi ini, selanjutnya penulis sampaikan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeritas Bung Hatta Padang.
2. Ibu Herawati , S.E, M.Si, Ak., CA Selaku wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeritas Bung Hatta Padang.
3. Ibu Lindawati S.E, M.Si Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeritas Bung Hatta Padang.
4. Bapak Purbo Jadmiko, S.E, M.Sc Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeritas Bung Hatta Padang.

5. Ibu Irda S.E., M.A Selaku Pembimbing terimakasih atas waktu, saran, bimbingan, dan nasehat yang telah ibu berikan yang sangat banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bung Hatta atas segala masukan, pengajaran selama perkuliahan berlangsung.
7. Kepada sahabat-sahabat dan teman-teman terbaik saya terutama untuk Tessa Lolika dan Suci Vira Maulidya yang senantiasa membantu saat susah maupun senang dalam proses semasa kuliah . Dan seluruh rekan-rekan seperjuangan Bp 17 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah memberikan sumbangan pemikiran dan motivasi dalam penulisan skripsi ini sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis, penulis ucapkan terimakasih, semoga apa yang telah diberikan itu dibalas oleh Allah SWT dengan balasan yang setimpal. Amin.

Padang, 14 Januari 2022

Rahayu hidayati

Pengaruh Persepsi Harga Dan Tampilan Web Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *E-Commerce* Tokopedia

di Kota Padang

Rahayu Hidayati

Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta

Email : rahayuhidayati181@gmail.com

irda@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah pesat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis dari persepsi harga dan tampilan web terhadap kepuasan konsumen e-commerce tokopedia. Sampel yang digunakan 60 responden. Data diolah menggunakan SPSS 25. Jenis data pada penelitian ini yaitu data kuantitatif. Sumber data yang digunakan yaitu primer dan sekunder. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen e-commerce tokopedia, tampilan web berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen e-commerce tokopedia.

Kata Kunci: Persepsi Harga, tampilan Web, Kepuasan Konsumen

The Effect of Price Perception and Web Views on Consumer Satisfaction on Tokopedia E-Commerce in Padang City

Rahayu Hidayati

Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta

Email : rahayuhidayati181@gmail.com

irda@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

Competition in the business world is growing rapidly. This increasingly rapid competition requires business people to be able to maximize the performance of their companies in order to compete in the market. The purpose of this study is to find out and analyze from the perception of price and web views to the satisfaction of e-commerce consumers tokopedia. The sample used 60 respondents. The data is processed using SPSS 25. The type of data in this study is quantitative data. The data sources used are primary and secondary. The results of this study showed that price perception has a positive effect on tokopedia e-commerce consumer satisfaction, web display positively affects tokopedia e-commerce consumer satisfaction.

Keywords : Price Perception, Web Views, Consumer Satisfaction

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	51

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6

BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Literatur	8
2.1.1 Kepuasan Konsumen.....	8
2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	8
2.1.1.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	8
2.1.2 Persepsi Harga.....	11
2.1.2.1 Pengertian Persepsi Harga	12
2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Harga	12
2.1.3 Tampilan Web	13
2.1.3.1 Pengertian Tampilan Web.....	13
2.1.3.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Tampilan Web.....	14
2.2 Pengembangan Hipotesis	15

2.2.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	15
2.2.2 Pengaruh Tampilan Web Terhadap Kepuasan Konsumen.....	16
2.3 Kerangka Konseptual	16
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	18
3.2 Populasi dan Sampel	18
3.3 Jenis Data dan Sumber Data	18
3.3.1 Jenis Data	18
3.3.2 Sumber Data.....	19
3.4 Teknik Pengumpulan Data	19
3.5 Defenisi Operasional Variabel	19
3.5.1 Kepuasan Konsumen (Y)	19
3.5.1.1 Indikator Kepuasan Konsumen	19
3.5.2 Persepsi Harga (X1)	20
3.5.2.1 Indikator Persepsi Harga	20
3.5.3 Tampilan Web (X2)	20
3.5.3.1 Indikator Tampilan Web	21
3.6 Pengukuran Instrumen	21
3.7 Teknik Analisis Data.....	21
3.7.1 Uji Validitasi dan Reliabilitas	22
3.7.1.1 Uji Validitasi	22
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	22
3.7.2 Analisis Deskriptif	23
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	24
3.7.3.1 Uji Normalitas	24
3.7.3.2 Uji Linearitas	25
3.7.3.3 Uji Miltikoliniearitas	25

3.7.3.4 Uji Heterokedastitas	26
3.7.4 Koefisien Determinasi	26
3.7.5 Uji Hipotesis	27
3.7.5.1 Uji T	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	28
4.1.1 Response Rate	28
4.1.2 Profil Responden	28
4.1.2.1 Identifikasi Responden Berdasarkan Jensi Kelamin.....	29
4.1.2.2 Identifikasi Responden Berdasarkan Usia	29
4.1.2.3 Identifikasi Responden Berdasrkan Pendidikan	30
4.1.2.4 Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	32
4.1.2.5 Identifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan	31
4.1.3 Uji Validitasi dan Reliabilitas.....	34
4.1.3.1 Uji Validitasi	34
4.1.3.2 Uji Reliabilitas	35
4.1.4 Analisis Deskriptif.....	36
4.1.5 Asumsi Klasik.....	40
4.1.5.1 Uji Normalitas.....	40
4.1.5.2 Uji Linearitas	40
4.1.5.3 Uji Multikolinearitas	41
4.1.5.4 Uji Heteroskedastisitas.....	41
4.1.6 Koefisian Determinasi	43
4.1.7 Uji Hipotesis	44
4.1.7.1 Uji T	44
4.2 Pembahasan	45
4.2.1 Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	45

4.2.2 Uji Tampilan Web Terhadap Kepuasan konsumen 46

BAB V PENUTUP

5.1 kesimpulan 48

5.2 Implikasi Penelitian..... 48

5.3 Keterbatasan Penelitian..... 49

5.4 Saran Penelitian 50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner penelitian.....	56
Lampiran II Tabulasi Data	59
Lampiran III Profil Responden	66
Lampiran IV Validitas Data	68
Lampiran V Analisis Deskriptif	71
Lampiran VI Uji Asumsi Klasik	73
Lampiran VII Koefesien Determinasi	76
Lampiran VIII Uji Hipotesis	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengunjung Online Shop Indonesia.....	2
Tabel 1.2 Data Survei Awal Konsumen E-commerce TokoPedia.....	4
Tabel 3.1 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR)	24
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i>	28
Tabel 4.2 Karakteristik Umum Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4.3 Karakteristik Umum Berdasarkan Usia	30
Tabel 4.4 Karakteristik Umum Berdasarkan Pendidikan.....	31
Tabel 4.5 Karakteristik Umum Berdasarkan Pekerjaan	32
Tabel 4.6 Karakteristik Umum Berdasarkan Penghasilan	33
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	35
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Persepsi harga	36
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Tampilan Web	37
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen	39
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	40
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas	40
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	41
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	42
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi	43
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (Uji t)	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	16
Gambar 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	16