

**Pengaruh Citra Merek *E-Commerce*, Kepercayaan dan Tampilan Web
Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia
(Survei Pada Mahasiswa Universitas Bung Hatta)**



WANGI PUSPITA RIZALNI

1710011211066

Dosen Pembimbing : Linda Wati S.E., M.Si

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BUNGHATTA

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Nama : WANGI PUSPITA RIZALNI
NPM : 1710011211066
Program Study : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek E-Commerce, Kepercayaan dan Tampilan Web Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia (Survei Pada Mahasiswa Universitas Bung Hatta)

Telah disetujui skripsinya dengan sesuai prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan telah dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada hari Jum'at, 22 Juli 2022.

Pembimbing



Linda Wati, S.E., M.Si

Disetujui oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta



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

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan disebutkan didalam daftar pustaka.

Padang, 18 juli 2022

Wangi puspita rizalni

Pengaruh Citra Merek *E-Commerce*, Kepercayaan dan Tampilan Web Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia (Survei Pada Mahasiswa Universitas Bung Hatta)

Wangi puspita rizalni¹, Linda wati².

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen , Universitas Bung Hatta

Email : rizalniwangi@gmail.com lindawati@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis dan membuktikan secara empiris pengaruh Citra Merek E-commerce, Kepercayaan dan Tampilan Web terhadap minat beli konsumen tokopedia (survey pada mahasiswa universitas bunghatta). Pada penelitian ini yang menjadi sampel adalah 70 orang pelanggan Tokopedia. Teknik pengambilan sampel adalah *Purposive Sampling*. Analisis yang digunakan untuk membuktikan kebenaran hipotesis adalah regresi berganda. Pengujian analisis dengan menggunakan SPSS versi 24.00. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan hasil dari penelitian ini bahwa (1) Citra merek E-commerce berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen tokopedia (2) Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen tokopedia. (3) Tampilan Web berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen tokopedia.

Kata Kunci : Minat Beli Konsumen Tokopedia, Citra Merek E-commerce, Kepercayaan, Tampilan web

The Influence of E-Commerce Brand Image, Trust and Web Appearance on Tokopedia Consumers' Buying Interest

Wangi puspita rizalni¹, Linda wati²

***Departement of Management and Business, Faculty of Economic and Business,
Bung Hatta***

Email : Rizalniwangi@gmail.com lindawati@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze and empirically prove the effect of E-commerce Brand Image, Trust and Web Appearance on Tokopedia consumers' buying interest (survey of Bunghatta University students). In this study, the sample was 70 Tokopedia customers. The sampling technique is purposive sampling. The analysis used to prove the truth of the hypothesis is multiple regression. Testing the analysis using SPSS version 24.00. Based on the results of hypothesis testing, the results of this study found that (1) E-commerce brand image had a positive effect on Tokopedia consumer buying interest (2) Trust had no effect on Tokopedia consumer buying interest. (3) Web appearance has a positive effect on the buying interest of Tokopedia consumers

Keywords : Tokopedia Consumer Purchase Interest, E-commerce Brand Image, Trust, Web Display

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II : KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Literatur.....	10
2.1.1 Minat Beli E-commerce	10
2.1.1.1 Indikator Minat Beli	11
2.1.2 Citra Merek (<i>brand image</i>)	12
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek.....	12
2.1.2.2 Faktor yang mempengaruhi Citra Merek.....	12
2.1.3 Kepercayaan.....	14
2.1.3.1 Dimensi Kepercayaan	14
2.1.4 Tampilan Web.....	15
2.1.4.1 Pengertian Tampilan Web	15
2.1.4.2 Faktor yang mempengaruhi tampilan web	17
2.2 Pengembangan Hipotesis	17
2.2.1 Pengaruh Citra merek terhadap Minat Beli	17

2.2.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli	19
2.2.3 Pengaruh Tampilan Web terhadap Minat Beli	20
2.3 Kerangka Konseptual	21

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	23
3.2 Populasi dan Sampel.....	23
3.3 Jenis Data dan Sumber Data	23
3.3.1 Jenis Data.....	23
3.3.2 Sumber Data.....	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data	24
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	24
3.5.1 Minat Beli (Y).....	24
3.5.1.1 Indikator Minat Beli	24
3.5.2 Citra Merek (X1).....	25
3.5.2.1 Indikator Citra Merek	25
3.5.3 Kepercayaan (X2)	26
3.5.4 Tampilan Web (X3)	26
3.5.4.1 Indikator tampilan web	27
3.6 Pengukuran Instrumen.....	27
3.7 Uji Instrumen	28
3.7.1 Uji Validitas.....	28
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	28
3.8 Analisis Deskriptif.....	30
3.8.1 Uji Asumsi Klasik	30
3.8.1.1 Uji Normalitas	31
3.9 Metode Analisis Data	31
3.9.1 Analisis model regresi linear berganda	31
3.10 Pengujian Hipotesis	32
3.10.1 Uji T	32

BAB IV : ANALISIS PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Penelitian	33
4.2	Hasil uji instrument penelitian.....	34
4.2.1	Uji Validitas	35
4.2.2	Uji Reliabilitas	43
4.3	Hasil Uji Statistik Deskriptif	44
4.3.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas	45
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	46
4.4.1	Uji Normalitas.....	46
4.5	Hail Pengujian Hipotesis	47
4.6	Pembahasan	48
4.6.1	Pengaruh Citra Merek E-commerce terhadap minat beli konsumen tokopedia	48
4.6.2	Pengaruh Kepercayaan terhadap minat beli konsumen tokopedia.....	49
4.6.3	Pengaruh Citra Merek E-commerce terhadap minat beli konsumen tokopedia	51

BAB V : PENUTUP

5.1	Kesimpulan	53
5.2	Saran	53
5.3	Keterbatasan Penelitian	54

DAFTAR PUSTAKA	56
-----------------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data pengunjung tokopedia kuartal I-IV 2020.....	3
Tabel 3.1	Tingkat Reliabilitas	29
Tabel 4.1	Prosedur Penyebaran Kuisisioner	33
Tabel 4.2	Deskriptif Responden.....	34
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas (X1)	36
Tabel 4.4	Hasil Analisis anti <i>image correlation</i>	37
Tabel 4.5	Hasil Analisis <i>Component Matrix</i>	37
Tabel 4.7	Hasil Analisis anti <i>image correlation</i>	38
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 4.10	Hasil Analisis Anti <i>image correlation</i>	39
Tabel 4.11	Hasil Analisis <i>Component Matrix</i>	39
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas (Y)	40
Tabel 4.13	Hasil Analisis <i>Anti image correlation</i>	41
Tabel 4.14	Hasil Analisis <i>Component Matrix</i>	42
Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4.16	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	44
Tabel 4.17	Hasil uji normalitas <i>one sample kolgomorov smirnov test</i>	46
Tabel 4.18	Hasil uji Analisis regresi linear bergandas.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	21
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I.	58
Lampiran II.	63
Lampiran III.	68
Lampiran IV.	71
Lampiran V.	74
Lampiran VI.	75
Lampiran VII.	76
Lampiran VIII.	77

