

**ANALISIS DAYA TARIK DESAIN *WEBSITE*, REPUTASI  
VENDOR, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TRANSAKSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BELANJA *ONLINE*  
DENGAN PERSEPSI NILAI PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING STUDI KASUS PADA PENGGUNA  
TOKOPEDIA**



**Disusun Oleh :**

**Abid Abiyyu Fathin**

**20180410410**

**Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**2022**

**ANALISIS DAYA TARIK DESAIN *WEBSITE*, REPUTASI  
VENDOR, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TRANSAKSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BELANJA *ONLINE*  
DENGAN PERSEPSI NILAI PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING STUDI KASUS PADA PENGGUNA  
TOKOPEDIA**

***ANALYSIS OF ATTRACTIVENESS WEBSITE DESIGN, VENDOR  
REPUTATION, AND PERCEPTION EASE OF TRANSACTION ON  
SHOPPING PURCHASE DECISIONS WITH CUSTOMER VALUE  
PERCEPTION AS INTERVENING VARIABLE CASE STUDY ON  
TOKOPEDIA E-COMMERCE USERS***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh :**

**Abid Abiyyu Fathin**

**20180410410**

**Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**2022**

**SKRIPSI**

**ANALISIS DAYA TARIK DESAIN *WEBSITE*, REPUTASI VENDOR, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BELANJA *ONLINE* DENGAN PERSEPSI NILAI PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING STUDI KASUS PADA PENGGUNA TOKOPEDIA**

***ANALYSIS OF ATTRACTIVENESS WEBSITE DESIGN, VENDOR REPUTATION, AND PERCEPTION EASE OF TRANSACTION ON SHOPPING PURCHASE DECISIONS WITH CUSTOMER VALUE PERCEPTION AS INTERVENING VARIABLE CASE STUDY ON TOKOPEDIA E-COMMERCE USERS***



**Diajukan Oleh:  
Abid Abiyyu Fathin  
20180410410**

Telah Disetujui Dosen Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Indah Fathawati', is written over a horizontal line.

**Dr. Indah Fathawati, SE., M.Si.**  
NIP. 19690816199303 143 029

Yogyakarta, 19 Maret 2022

## PERNYATAAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Abid Abiyyu Fathin  
Nim : 20180410410  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Asal Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Judul Karya Tulis : Analisis Daya Tarik Desain *Website*, Reputasi Vendor, Dan Persepsi Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja *Online* Dengan Persepsi Nilai Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia

Menyatakan bahwa tidak pernah ada karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di 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 menjadi acuan dalam naskah ini dan telah disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tulis ini dibatalkan.

Yogyakarta, 19 Maret 2022



Abid Abiyyu Fathin

## MOTTO

**“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”**

**(QS Al Insyirah : 5-6)**

**“Barangsiapa yang menunjuki kepada kebaikan, maka ia akan mendapat pahala seperti pahala orang yang mengerjakannya”**

**(HR. Muslim)**

**“Ketika kamu ikhlas menerima semua kekecewaan dalam hidup maka Allah akan membayar tuntas kecewamu dengan beribu-ribu kebaikan”**

**(Ali bin Abi Thalib)**

**“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”**

**(Q.S Al-Baqarah : 286)**

**The aim of education should be to teach us rather how to think, than what to think – rather to improve our minds, so as to enable us to drink for ourselves, than to load the memory with thoughts of other men”**

**(Bill Beattie)**

**“Do not go to bed until you have gone over the day three times in your mind. What wrong did I do? What *good* did I accomplish? What did I forget to do?”**

**(Phytagoras)**

**“I know nothing except the fact of my ignorance”**

**(Socrates)**

## **PERSEMBAHAN**

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan. Penulis menyadari skripsi ini jauh dari kata sempurna, namun penulis bersyukur telah mencapai pada titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai diwaktu yang tepat.

Skripsi ini adalah persembahan kecil saya untuk ummi saya. Ketika dunia menutup pintunya pada saya, ummi membuka lengannya untuk saya. Ketika orang-orang menutup telinga mereka untuk saya, ummi membuka hati untuk

Abid. Terima kasih karena selalu ada Abid.

Adik-adik saya Daffa, Thalia, Bintang, dan Andika melalui tangan kecil mereka yang tiada lelah mendoakan saya untuk terus berkembang.

Kedua kakak saya Kak Muna dan Kak Rasyid yang tak henti-hentinya memberikan energi positifnya terhadap saya.

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas ridhonya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah “Analisis Daya Tarik Desain *Website*, Reputasi Vendor, Dan Persepsi Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja *Online* Dengan Persepsi Nilai Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia”.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Tidak dapat disangkal bahwa butuh usaha yang keras, kegigihan, dan kesabaran, dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini. Namun disadari karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta disekeliling saya yang mendukung dan membantu. Terima kasih yang sebesar-besarnya saya sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyo M.P., IPM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dr. Indah Fatmawati, SE, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, nasehat, motivasi dan berbagai pengalaman kepada peneliti dengan penuh keikhlasan dan kesabaran.

4. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan seluruh staf yang selalu sabar melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.
5. Ummi serta kedua kakaku dan keempat adikku yang selalu mendoakanku, menyayangiku, berjuang dan berkorban demi tercapainya suatu tujuan.

Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapat berkah dari Allah SWT. Dan akhirnya saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang saya miliki. Untuk itu saya dengan kerendahan hati mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak demi membangun laporan penelitian ini.

Harapan saya skripsi ini semoga dapat berguna bagi pihak-pihak yang terkait, lingkungan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta serta para pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 19 Maret 2022



Abid Abiyyu Fathin



## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>BAB I</b> .....	xiv
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Akademis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
<b>BAB II</b> .....	12
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	12
2.1 Teori Utama.....	12
2.2 Definisi Variabel.....	12
2.2.1 Persepsi Nilai Pelanggan.....	12
2.2.2 Daya Tarik Desain <i>Website</i> .....	13
2.2.3 Persepsi Kemudahan Transaksi Dalam Belanja <i>Online</i> .....	14
2.2.4 Reputasi Vendor.....	15
2.2.5 Keputusan Pembelian <i>Online</i> .....	15
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	16
2.3.1 Pengaruh Daya Tarik Desain <i>Website</i> Terhadap Persepsi Nilai Pelanggan.....	16
2.3.2 Pengaruh Reputasi Vendor Terhadap Persepsi Nilai Pelanggan.....	17
2.3.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan Transaksi Terhadap Persepsi Nilai Pelanggan.....	18
2.3.4 Pengaruh Daya Tarik Desain <i>Website</i> Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> .....	19
2.3.5 Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> .....	20
2.3.6 Pengaruh Persepsi Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> .....	22
2.3.7 Pengaruh Reputasi Vendor Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> .....	24
2.3.8 Pengaruh Daya Tarik Desain <i>Website</i> Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> Melalui Persepsi Nilai Pelanggan.....	25
2.3.9 Pengaruh Reputasi Vendor Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> Melalui Persepsi Nilai Pelanggan.....	26
2.3.10 Pengaruh Persepsi Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> Melalui Persepsi Nilai Pelanggan.....	27
2.4 Temuan Riset Terdahulu.....	28
2.5 Model Penelitian.....	37
<b>BAB III</b> .....	38
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	38

3.1 Pendekatan Penelitian .....	38
3.2 Responden.....	38
3.3 Setting Penelitian.....	39
3.4 Metode Penyampelan dan Sampel Penelitian.....	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.6 Jenis Data .....	42
3.7 Identifikasi Variabel.....	42
3.8 Definisi Operasional .....	43
3.8.1 Variabel Eksogen.....	43
3.8.2 Variabel Endogen .....	44
3.8.3 Variabel Intervening .....	45
3.9 Pengujian Kualitas Instrumen.....	47
3.9.1 Uji Validitas .....	47
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	48
3.9.3 Uji Normalitas .....	49
3.10 Metode Analisis Data.....	49
<b>BAB IV</b> .....	<b>58</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>58</b>
4.1 Gambaran Umum Setting Dan Responden Penelitian.....	58
4.1.1 Gambaran Setting Penelitian .....	58
4.1.2 Deskripsi Responden .....	59
4.2 Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	62
4.3 Statistik Deskriptif .....	64
4.4 Proses Analisis Data .....	68
4.5 Pengujian Hipotesis .....	76
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	84
<b>BAB V</b> .....	<b>90</b>
<b>SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN</b> .....	<b>90</b>
5.1 Simpulan .....	90
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	93
5.3 Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>96</b>
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian .....	96
Lampiran 2 : Karakteristik Responden .....	101
Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	103
Lampiran 4 : Uji Validitas .....	104
Lampiran 5 : Uji Reliabilitas.....	105
Lampiran 6 : Model Penelitian.....	106

Lampiran 7 : Uji Normalitas Data .....	107
Lampiran 8 : Uji Normalitas Multivariate <i>Outliers</i> .....	108
Lampiran 9 : Degrees of Freedom .....	111
Lampiran 10 : Uji Hipotesis .....	111

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 2.7 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 2.8 Temuan Riset Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Definisi Konseptual Variabel.....	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	60
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	63
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Attractiveness Website Design</i> .....	64
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif <i>Vendor Reputation</i> .....	65
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif <i>Perception of Ease Transaction</i> .....	66
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif <i>Perception of Customer Value</i> .....	66
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif <i>Buying Decision</i> .....	67
Tabel 4.8 Hasil Pengujian <i>Outliers</i> .....	72
Tabel 4.9 Degrees of Freedom.....	74
Tabel 4.10 Menilai <i>Goodnes of Fit</i> .....	75
Tabel 4.11 Hubungan antar Variabel.....	77
Tabel 4.12 <i>Standardized Direct Effect</i> .....	82
Tabel 4.13 <i>Standardized Indirect Effect</i> .....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengunjung Bulanan Situs <i>E-commerce</i> (Kuartal IV 2020) .....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	37
Gambar 4.1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	69
Gambar 4.2 Persamaan Struktural .....	70