

**PENGARUH KUALITAS DESAIN *WEBSITE* DAN
KESADARAN MEREK TERHADAP NIAT BELI
KONSUMEN PADA SITUS JUAL BELI *ONLINE***

**FARASHANTY ALLIYASIH
1705617122**



**Skripsi Ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020**

***THE INFLUENCE OF WEBSITE DESIGN QUALITY AND
BRAND AWARENESS ON CONSUMER PURCHASE
INTENTION ON ONLINE MARKET PLACE.***

**FARASHANTY ALLIYASIH
1705617122**



***Thesis is Written as One of The Requirements for Getting Bachelor Degree of
Management on Faculty of Economics State Univeristy of Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF S1 MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2020***

ABSTRAK

Farashanty Alliyasih. 2020. 1705617122. Pengaruh kualitas desain website dan kesadaran merek terhadap niat beli konsumen pada situs jual beli online. Jakarta: Program studi S1 Manajemen Alih Program, Konsentrasi Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dra. Basrah Saidani, M,Si & Shandy Aditya BIB MPBS.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui kualitas desain website berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli, 2) Untuk mengetahui kualitas desain website berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran merek, 3) Untuk mengetahui kesadaran merek berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli.

Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner. Objek penelitian ini berjumlah 200 orang dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling, sampel penelitian ini adalah pengguna internet yang pernah mengakses website Bukalapak.com, dan belum pernah melakukan pembelian di Bukalapak.com. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan software SPSS versi 24 dan analisis metode Structural Equation Model (SEM) dengan menggunakan AMOS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Kata Kunci: Kualitas Desain Website, Kesadaran Merek, Niat beli, Bukalapak, SEM.

ABSTRACT

Farashanty Alliyasih. 2020: 1705617122. The Influence of Website Design Quality and Brand Awareness on Consumer Purchase Intention on Online Market Place. Jakarta: Study Program of SI Management, Faculty of Economics, Jakarta State University. Advisory Team: Dra. Basrah Saidani, M,Si & Shandy Aditya BIB MPBS.

The purpose of this research are: 1) to determine the effect of website design quality has a significant effect on purchase intention, 2) to determine the effect of website design quality has a significant effect on brand awareness 3) to determine the effect of brand awareness has a significant effect on purchase intention.

Methods of collecting data using survey with instruments in the form of questionnaires. The object of this study were 200 respondents with purposive sampling. *The sample of this study is internet users who have accessed the Bukalapak.com website, and never made a purchase on Bukalapak.com. Data analysis using SPSS Software version 24 and using AMOS version 22. The results showed that all hypotheses could be accepted.*

Keywords: Website Design Quality, Brand Awareness, Purchase Intention, Bukalapak. SEM

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, SE, M.Pd
NIP. 197207152001121001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Usep Suhud, M.Si, Ph.D</u> NIP. 197002122008121001	Ketua		17/2/20
2. <u>Rahmi, S.E., M.S.M</u> NIP.198305012018032001	Sekretaris		12/02/2020
3. <u>Dr. Mohamad Rizan, SE, MM</u> NIP. 197206272006041001	Penguji Ahli		5/02/2020
4. <u>Dra. Basrah Saidani M.Si.</u> NIP. 196301191992032001	Pembimbing I		18/02/2020
5. <u>Shandy Aditya BIB, MPBS</u> NIP. 198404082019031003	Pembimbing II		20/02/2020

Tanggal Lulus: 20 Februari 2020

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Januari 2020

Yang membuat pernyataan



Farashanty Alliyasih
No. Reg. 1705617122



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Farashanty Alliyasih
NIM : 1705617122
Fakultas/Prodi : Ekonomi / Manajemen S1
Alamat email : farashanty@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Kualitas Desain *Website* dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli Konsumen
pada Situs Jual Beli *Online*

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Januari 2020

Penulis

(Farashanty Alliyasih)
nama dan tanda tangan

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena hanya dengan rahmat, karunia, dan pertolongan-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Desain Website dan Kesadaran Merek terhadap Minat beli Konsumen pada Bukalapak.com.

Skripsi ini di susun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan, kritik dan saran serta motivasi selama penyusunan tugas akhir ini, baik secara materil maupun non materil. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak, terutama kepada:

1. Dra. Basrah Saidani, M.Si sebagai Pembimbing pertama, atas segala perhatian, petunjuk, dan pengarahan yang diberikan dalam penulisan skripsi.
2. Shandy Aditya BIB, MPBS sebagai Pembimbing kedua, atas segala segala perhatian, petunjuk, dan pengarahan yang diberikan dalam penulisan skripsi.
3. Dr. Ari Saptono, SE, M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr.Suherman M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

5. Kepada seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan waktu dan ilmunya yang sangat berharga.
6. Kedua Orang tua tercinta yang memberikan dukungan terbesarnya kepada penulis, beserta kakak dan adik yang telah memberikan dukungan, doa, dan semangat kepada penulis.
7. Semua sahabat dan rekan-rekan Alih Program di Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2017.
8. Rekan-rekan kerja di divisi Talent, khususnya di departemen *Talent Facility and Support* Bukalapak.com yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan doa, bantuan, dan dukungan dalam penulisan skripsi.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak. Atas perhatiannya penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, Januari 2020

Farashanty Alliyasih

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	11
A. Deskripsi Konseptual	11
1. Niat Beli	11
2. Kualitas Desain <i>Website</i>	14
3. Kesadaran Merek.....	16
B. Hasil Penelitian yang Relevan	18
C. Kerangka Pemikiran	25
D. Perumusan Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	27
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	27
B. Metode Penelitian	27
C. Operasional Variabel Penelitian	27
D. Metode Pengumpulan Data	30
E. Teknik Penentuan Populasi dan Sampel	31
F. Teknik Analisis Data.....	33

1. Analisa Deskriptif.....	33
2. Uji Validitas.....	34
3. Uji Reabilitas	35
4. Uji Hipotesis	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Deskripsi Data	41
B. Hasil Analisis	43
1. Analisis Deskriptif.....	43
C. Teknik Analisis Data	48
1. Hasil Uji Validitas	48
2. Uji Reliabilitas.....	52
D. Confirmatory Factor Analysis	53
a. Variabel Kualitas Desain Website.....	54
b. Variabel Kesadaran Merek	55
c. Variabel Niat Beli.....	57
E. Full Model SEM	58
F. Hasil Uji Hipotesis.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Implikasi Praktis	65
C. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Peta E-Commerce Indonesia.....	6
Tabel I.2 Matriks Hasil Penelitian Terdahulu	23
Tabel III.1 Operasional Variabel Penelitian	29
Tabel III.2 Tabel Skala Pengukuran.....	32
Tabel III.3 <i>Goodnes of Fit Indices</i>	39
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	43
Tabel IV.5 Nilai Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Desain Website.....	44
Tabel IV.6 Nilai Analisis Deskriptif Variabel Kesadaran Merek	46
Tabel IV.7 Nilai Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli.....	47
Tabel IV.8 <i>KMO</i> dan <i>Barlett's Test</i> Kualitas Desain Website.....	48
Tabel IV.9 Tabel <i>Component Matrix</i> Variabel Kualitas Desain Website.....	48
Tabel IV.10 <i>KMO</i> dan <i>Barlett's Test</i> Kesadaran Merek.....	49
Tabel IV.11 Tabel <i>Component Matrix</i> Variabel Kesadaran Merek.....	50
Tabel IV.12 <i>KMO</i> dan <i>Barlett's Test</i> Niat Beli.....	51
Tabel IV.13 Tabel <i>Component Matrix</i> Variabel Niat Beli.....	51
Tabel IV.14 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Desain Website.....	52
Tabel IV.15 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kesadaran Merek.....	52
Tabel IV.16 Hasil Uji Reabilitas Variabel Niat Beli.....	53
Tabel IV.17 First Order Kualitas Desain Website	54
Tabel IV.18 First Order Kesadaran Merek	55

Tabel IV.19 First Order Niat Beli	57
Tabel IV.20 Full Model <i>Goodness of Fit Indices</i>	60
Tabel IV.21 Indikator <i>Fit Model</i>	60
Tabel IV.22 Estimasi Parameter <i>Regression Weight Model</i>	62
Tabel IV.23 Hasil Fit Model	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Jumlah Pengguna Internet 2019	2
Gambar I.2 Peringkat Perusahaan <i>Start Up</i> Terbaik di Indonesia	4
Gambar I.3 Alasan Utama Tidak Puas dengan <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	7
Gambar II.1 Kerangka Berfikir	25
Gambar IV.1 <i>First Construct</i> Variabel Kualitas Desain Website.....	54
Gambar IV.2 <i>First Construct</i> Variabel Kesadaran Merek	56
Gambar IV.3 <i>First Construct</i> Variabel Niat Beli.....	57
Gambar IV.4 Full Model SEM	59