

**PENGARUH HARGA, KEPERCAYAAN DAN ORIENTASI
BELANJA TERHADAP NIAT BELI PADA *ONLINE SHOP*
LAZADA
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**



Diajukan Oleh :

REZA WAHYU HARMONO
NPM : 12420154

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2017**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : REZA WAHYU HARMONO
NPM : 12420154
Alamat : SAMBI ARUM LOR BLOK 53 H NO. 9
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“PENGARUH HARGA, KEPERCAYAAN DAN ORIENTASI BELANJA TERHADAP NIAT BELI PADA *ONLINE SHOP LAZADA*” Adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 19 Februari 2018

Yang membuat pernyataan,



(REZA WAHYU HARMONO)

NPM : 12420154

SKRIPSI

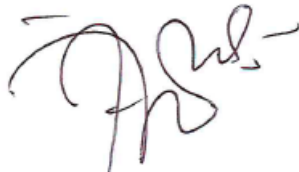
PENGARUH HARGA, KEPERCAYAAN DAN ORIENTASI BELANJA
TERHADAP NIAT BELI PADA *ONLINE SHOP* LAZADA
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
WIJAYA KUSUMA SURABAYA)

Diajukan Oleh :

REZA WAHYU HARMONO
NPM : 12420154

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING



DWI INDAH MUSTIKORINI, SE., MM.

Tanggal, 13-02-2018

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si.

Tanggal, 13-02-2018

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KEPERCAYAAN DAN ORIENTASI BELANJA
TERHADAP NIAT BELI PADA *ONLINE SHOP* LAZADA
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
WIJAYA KUSUMA SURABAYA)**

Diajukan Oleh :

REZA WAHYU HARMONO
NPM : 12420154

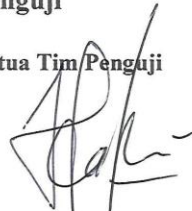
Susunan Dewan Penguji

Sekretaris Tim Penguji / Pembimbing



Dwi Indah Mustikorini, SE., MM

Ketua Tim Penguji



Tri Tjahyo P., SE., MM.

Anggota Tim Penguji



Maqbula Arochma, SE., M.Ak.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi
Tanggal.../.../2019...



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si.
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Syukur Allhamdulillah, berkat rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan melalui proses pembelajaran yang cukup lama dengan banyak mengalami kendala, hambatan dan tentu saja pengalaman yang luar biasa dalam penyusunan skripsi ini. Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang selalu memberi petunjuk, membantu penulis sehingga hambatan dan kendala dapat terlewati dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan baik ditinjau dari segala aspek karena memang manusia tidak ada yang sempurna, dan diantara kesempurnaan manusia adalah kelebihan dan keistimewaan manusia yang saling melengkapi antara individu yang satu dengan yang lainnya maka, penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna menambah wawasan yang lebih lanjut. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan juga ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

2. Bapak Prof. H. Sri Harmadji dr.SP, THT-KL.,(K) selaku rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec. Iman Karyadi, Ak, MM, CA Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dra. Siti Djamilah, SE., M.Si selaku ketua jurusan manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Bapak Giyana, SE selaku dosen wali.

6. Ibu Dwi Indah Mustikoroni, SE., MM selaku dosen pembimbing penyusunan skripsi.
7. Ayah dan Ibu saya yang selama ini mendoakan saya agar cepat selesai dalam menempuh kuliah. Berkat do'a dan kasih sayang merekalah yang selalu membangkitkan harapan si penulis, betapa aku inginkan mempersembahkan yang terbaik atas semua perjuangan yang engkau lakukan untuk cita-cita dan masa depanku”.
8. Wiwit Widya Wati yang selama ini sudah mensupport dan mengingatkanku buat menyelesaikan atau mengerjakan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman sejurusan Ekonomi khususnya kelas Manajemen E angkatan 2012. Semangat kalian luar biasa dasyatnya.
10. Buat teman-teman *Custom Bike* 86 Soerabaja & Sahabat Musang Surabaya yang selama ini selalu memberikan semangat dan motivasi dalam mengerjakan skripsi ini hingga selesai.
11. Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
12. Buat teman-temanku yang belum menempuh atau menyelesaikan skripsinya mudah-mudahan diberi kelancaran buat mengerjakan atau menyelesaikan skripsinya.

Demikian kata pengantar ini sebagai pembuka dari skripsi ini dan saran yang membangun selalu terbuka lebar untuk kesempurnaan dalam penulisan.

Surabaya, 09 Juni 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
ABSTRACTION	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB II. TELAAH PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Pemasaran	9
2.1.1.1. Pengertian Pemasaran	9
2.1.1.2. Konsep Pemasaran	10
2.1.1.3. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2. Perilaku Konsumen	10
2.1.2.1. Pengertian Perilaku Konsumen	10
2.1.2.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	11
2.1.3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	17
2.1.3.1. Pengertian Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	17
2.1.4. Harga.....	17

2.1.4.1. Pengertian Harga	17
2.1.4.2. Peranan Harga	18
2.1.4.3. Metode Penetapan Harga	18
2.1.4.4. Tujuan Penetapan Harga	19
2.1.4.5. Strategi Penetapan Harga	20
2.1.4.6. Indikator Harga	22
2.1.5. Kepercayaan.....	22
2.1.5.1. Pengertian Kepercayaan.....	22
2.1.5.2. Dimensi Kepercayaan	23
2.1.5.3. Indikator Kepercayaan	24
2.1.6. Orientasi Belanja.....	26
2.1.6.1. Pengertian Orientasi Belanja.....	26
2.1.6.2. Indikator Orientasi Belanja	26
2.1.7. Niat Beli	27
2.1.7.1. Pengertian Niat Beli	27
2.1.7.2. Faktor-Faktor Dari Perilaku Membeli.....	27
2.1.7.3. Indikator Niat Membeli	35
2.1.8. Hubungan Antara Variabel	36
2.1.8.1. Hubungan Harga Terhadap Niat Beli.....	36
2.1.8.2. Kepercayaan Terhadap Niat Beli	36
2.1.8.3. Orientasi belanja terhadap niat beli	36
2.2. Penelitian Sebelumnya.....	37
2.3. Hipotesis Dan Model Analisis	38
2.3.1. Hipotesis.....	38
2.3.2. Model Analisis	38

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian	39
3.2. Populasi dan Sampel	39
3.2.1. Populasi.....	39
3.2.2. Sampel.....	40

3.3. Identifikasi Variabel.....	41
3.4. Definisi Operasional	41
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	43
3.6. Prosedur Pengumpulan Data.....	44
3.7. Teknik Analisis	44

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	50
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	50
4.2.1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	51
4.2.2. Karakteristik Jenis Kelamin Responden	51
4.2.3. Karakteristik Usia Responden.....	52
4.2.4. Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian.....	53
4.2.5. Deskripsi Mengenai Variabel Harga (X_1).....	53
4.2.6. Deskripsi Mengenai Kepercayaan (X_2).....	53
4.2.7. Deskripsi Mengenai Variabel Orientasi Belanja (X_3).....	54
4.2.8. Deskripsi Mengenai Variabel Niat Beli (Y)	55
4.3. Hasil Analisis Data.....	56
4.3.1. Hasil Pengujian Validitas.....	56
4.3.2. Uji Pengujian Reliabilitas	58
4.3.3. Hasil Penguji Regresi Linier Berganda.....	58
4.3.3.1. Hasil Pengujian Koefisien Regresi Linier Berganda.....	58
4.3.3.2. Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	60
4.4. Uji Hipotesis	61
4.4.1. Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	61
4.4.2. Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji T)	62
4.4.3. Hasil Pengujian Dominan	65
4.5. Pembahasan.....	66

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	68
5.2. Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Karakteristik Jenis Kelamin Responden	51
Tabel 4.2. Kategori Usia Responden.....	51
Tabel 4.3. Kategori Mean Masing-masing Variabel	52
Tabel 4.4. Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga (X_1).....	53
Tabel 4.5. Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepercayaan (X_2)	53
Tabel 4.6. Jawaban Responden Mengenai Variabel Orientasi Belanja (X_3) ...	54
Tabel 4.7. Jawaban Responden Mengenai Variabel Niat Beli (Y)	55
Tabel 4.8. Hasil Pengujian Validitas Masing-masing Variabel	57
Tabel 4.9. Hasil Hasil Pengujian Reliabilitas.....	58
Tabel 4.10. Hasil Analisis Uji F.....	61
Tabel 4.11. Hasil Analisis Uji T	63
Tabel 4.12. Nilai <i>Standardized Coefficients Beta</i>	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsemen	12
Gambar 3.1. Kurva Distribusi F	47
Gambar 3.2. Kurva Distribusi T.....	49
Gambar 4.1. Kurva Distribusi Uji F	62
Gambar 4.2. Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Harga(X_1) Terhadap Niat Beli (Y)	63
Gambar 4.3. Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Kepercayaan(X_2) Terhadap Niat Beli (Y)	64
Gambar 4.4. Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Orientasi Belanja(X_3) Terhadap Niat Beli (Y)	65

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : In Put SPSS
- Lampiran 3 : Out Put SPSS
- Lampiran 4 : Tabel F dan Tabel t

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh harga, kepercayaan dan orientasi belanja secara simultan dan parsial terhadap niat beli pada *online shop* Lazada (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga, kepercayaan dan orientasi belanja Sedangkan variabel terikat adalah niat beli pada *online shop* Lazada (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan prosedur *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 73 orang. Uji Hipotesa dengan melakukan analisa regresi linier berganda.

Sebelum dilakukan uji hipotesis dilakukan uji reliabilitas dan validitas. Hasilnya adalah semua variabel valid dan reliabel, hasil uji F menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian hipotesis yang pertama menyatakan “harga, kepercayaan dan orientasi belanja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap niat beli pada *online shop* Lazada (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)” dapat didukung kebenarannya.

Hasil uji t menunjukkan masing-masing variabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis yang kedua yang menyatakan “harga, kepercayaan dan orientasi belanja secara parsial berpengaruh signifikan terhadap niat beli pada *online shop* Lazada (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)” dapat didukung kebenarannya.

Kata Kunci : harga, kepercayaan, orientasi belanja dan niat beli

ABSTRACTION

The purpose of this study is to examine the effect of price, trust and shopping orientation simultaneously and partially to the intention to buy at online shop Lazada (Studies In Students Faculty of Economics, University of Wijaya Kusuma Surabaya). Independent variables in this study are price, trust and shopping orientation While the dependent variable is the intention to buy on the online shop Lazada (Studies In Students Faculty of Economics, University of Wijaya Kusuma Surabaya). In this research, the determination of the sample is done by non probability sampling method with purposive sampling procedure. The sample used is 73 people. Test Hypothesis by performing multiple linear regression analysis.

Prior to hypothesis testing conducted reliability and validity test. The result is all valid and reliable variables, F test result shows $F_{count} > F_{table}$ with 0.000 significance. Thus the first hypothesis states "price, trust and shopping orientation simultaneously have a significant effect on purchasing intention at online shop Lazada (Study On Student Faculty of Economics University of Wijaya Kusuma Surabaya)" can be supported truth.

Result of t test show each variable with significance less than 0,05. Thus the second hypothesis that states "pricing, trust and shopping orientation partially significant effect on purchase intention on online shop Lazada (Study On Student Faculty of Economics University of Wijaya Kusuma Surabaya)" can be supported truth.

Keywords: price, trust, shopping orientation and buying intention

