

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN &
SIKAP TERHADAP MINAT BELI SECARA *ONLINE*
SAAT PANDEMI *COVID-19*
PADA *GEN-Z* DI BEKASI**

SKRIPSI

Oleh :
PRISILIA YUNIA TAMA
201710325195



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh persepsi harga, kepercayaan & sikap terhadap minat beli secara *online* saat pandemi *Covid-19* pada *Gen Z* di Bekasi

Nama Mahasiswa : Prisilia Yunia Tama

Nomor Induk Mahasiswa : 201710325195

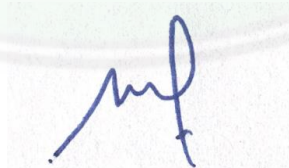
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi & Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 29 Januari 2021

Jakarta, 01 Februari 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing



M.Fadhli Nursal, S.E, M.M

NIDN: 0325057908

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan & Sikap terhadap Minat Beli secara *Online* saat Pandemi *Covid-19* pada *Gen Z* di Bekasi
Nama Mahasiswa : Prisilia Yunia Tama
Nomor Induk Mahasiswa : 201710325195
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi & Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 29 Januari 2021

Jakarta, 01 februari 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA.

NIDN : 0309048102

Penguji I : Agus Dharmanto, S.E., M.M.

NIDN : 0305087310

Penguji II : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.

NIDN : 0325057908

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M

NIDN : 0325057908

Dekan

Fakultas Ekonomi & Bisnis



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP.

NIDN : 0318107101

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan segala nikmat, rahmat dan karunia-Nya atas terselesaikannya skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Papah dan Ibu selaku orang tua yang telah memberikan dukungan, perhatian tiada henti, serta doa yang selalu dipanjatkan kepada Allah SWT.
3. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Bambang Karsono S.H,M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak,CA,CSRS.,CBV.,CMA.,CACP selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis.
5. Bapak M.Fadhli Nursal, S.E, M.M selaku ketua Program Studi Manajemen & Bisnis
6. Bapak M.Fadhli Nursal, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing.
7. Ibu Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA. & Bapak Agus Dharmanto S.E., M.M. selaku Dosen Penguji.
8. Erilla & Marenawati selaku teman gibah seperjuangan.
9. Andreanto Dimas yang telah membantu dan memberikan semangat setiap harinya dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 01 Februari 2021

Penulis,

Prisilia Yunia Tama

ABSTRAK

Prisilia Yunia Tama. 201710325195. Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Sikap Terhadap Minat Beli secara *Online* saat Pandemi Covid-19 pada Gen Z di Bekasi.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan secara parsial maupun simultan antara persepsi harga, kepercayaan dan sikap terhadap minat beli secara *online* saat pandemic Covid-19 pada Gen Z di Bekasi. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Jumlah sampel yang didapat dengan menggunakan metode *purposive sampling* sebanyak 150 responden. Alat analisis pada penelitian ini SPSS V23. Hasil secara parsial persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli, sedangkan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dan sikap mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Hasil pengujian simultan dari persepsi harga, kepercayaan dan sikap menunjukkan secara Bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli secara *online* saat pandemi Covid-19 pada Gen Z di Bekasi.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kepercayaan, Sikap, Minat Beli.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul

Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan & Sikap terhadap Minat Beli secara Online saat Pandemi Covid-19 pada Gen Z di Bekasi.

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya memberikan Izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 01 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,



SPESIAL BUKU PAJAK
1000
METERAI
TEMPEL
TJ168FAJX037013268

Prisilia Yunia Tama

201710325195

ABSTRACT

Prisilia Yunia Tama. 201710325195. *The Influence of Price Perceptions, Trust and Attitudes Toward Purchase Intention Online during the Covid-19 Pandemic on Gen Z in Bekasi.*

this study was conducted to determine whether there is a significant effect partially or simultaneously between price perceptions, beliefs and attitudes towards online purchase intention during the Covid-19 pandemic on Gen Z in Bekasi. The research method used is descriptive quantitative. The data analysis technique used multiple linier regression. The number of samples obtained by using purposive sampling method of 150 respondents. The analytical tool in this study is SPSS V23. The partial results of price perception do not have a significant effect on purchase intention, while trust has a positive and significant effect n purchase intention, and attitudes have a significant effect on purchase intention. The results of simultaneous testing of price perceptions, beliefs and attitudes show that together they have a significant influence on online buying interest during the Covid-19 pandemic on Gen Z in Bekasi.

Keywords : Price Perception, Trust, Attitude, Purchase Intention.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Persepsi Harga	9
2.1.2 Kepercayaan	10
2.1.3 Sikap	11
2.1.4 Minat Beli Pelanggan	13
2.2 Penelitian Terdahulu	14

2.3	Kerangka Pemikiran	17
2.4	Hipotesis Penelitian	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		19
3.9.1	Uji Instrumen	26
3.9.2	Analisis Data	27
3.9.3	Uji Asumsi Klasik.....	28
3.9.4	Uji Hipotesis	30
3.9.5	Koefisien Determinasi.....	33
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		34
4.1	Hasil Penelitian.....	34
4.1.1	Deskripsi Data.....	34
4.1.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	34
4.2	Analisis Deskriptif Responden	35
4.2.1	Identitas Responden	35
4.3	Uji Instrumen Penelitian.....	45
4.3.1	Uji Validitas	45
4.3.2	Uji Reliabilitas	47
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	48
4.4.1	Uji Normalitas.....	48
4.4.2	Uji Multikolinieritas.....	50
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	51
4.4.4	Uji Autokorelasi.....	52
4.4.5	Uji Linieritas	53
4.5	Uji Hipotesis	54
4.5.1	Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.6	Rancangan Pengujian Hipotesis	55
4.6.1	Uji t (uji parsial).....	55

4.6.2	Uji Simultan (Uji F)	57
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	58
4.7	Pembahasan dan Hasil Temuan Penelitian	58
4.7.1	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli Secara Online	59
4.7.2	Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Secara Online	59
4.7.3	Pengaruh Sikap terhadap Minat Beli Secara Online	60
BAB V PENUTUP		61
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Implikasi Manajerial	61
DAFTAR PUSTAKA		64
LAMPIRAN		61



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 PENELITIAN TERDAHULU	14
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	22
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Likert.....	25
Tabel 3. 3 Skala Alpha Cronbach's	27
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	35
Tabel 4. 2 Data statistic Usia Responden.....	36
Tabel 4. 3 Data Statistik Pekerjaan Responden	37
Tabel 4. 4 Data Uang Saku Perbulan	39
Tabel 4. 5 Data Waktu Pengaksesan Internet Perhari	40
Tabel 4. 6 Data Pengguna Layanan Aplikasi Platfrom E-Commerce.....	41
Tabel 4. 7 Data pengguna platfrom e-commerce	42
Tabel 4. 8 Data berbelanja online saat pandemic Covid-19.....	44
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X1)	45
Tabel 4. 10 Uji Validitas Kepercayaan (X2).....	46
Tabel 4. 11 Uji Validitas Sikap (X3)	46
Tabel 4. 12 Uji Validitas Minat Beli (Y)	47
Tabel 4. 13 Uji Reliabiliatas	48
Tabel 4. 14 Uji Normalitas.....	49
Tabel 4. 15 Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4. 16 Hasil Uji Autokorelasi – Durbin Watson.....	52
Tabel 4. 17 Output Uji Linieritas	53
Tabel 4. 18 Analisis Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4. 19 Uji Parsial (Uji T)	56
Tabel 4. 20 Hasil Uji F.....	57
Tabel 4. 21 Uji Koefisien Determinasi (R2)	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 kasus Covid-19, maret-april 2020	1
Gambar 1. 2 grafik platfrom e-commerce belanja online, januari 2018	4
Gambar 1. 3 grafik belanja online iprice, April 2020	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	17
Gambar 3. 1 Model Konseptual Penelitian	20
Gambar 4. 1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Gambar 4. 2 Diagram Responden Berdasarkan Tingkat Usia	36
Gambar 4. 3 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Gambar 4. 4 Diagram Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan	39
Gambar 4. 5 Diagram Responden Berdasarkan Waktu Pengaksesan Internet Perhari	40
Gambar 4. 6 Diagram Data Pengguna Layanan Aplikasi Platfrom E-Commerce	42
Gambar 4. 7 Diagram responden berdasarkan jumlah pengguna e-commerce.....	43
Gambar 4. 8 Diagram Data pembelian online diplatfrom E-commerce.....	44
Gambar 4. 9 Hasil Uji Normalitas P-P Plot	49
Gambar 4. 10 Uji Heteroskedastisitas.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Riset
- Lampiran 2 : Buku Bimbingan
- Lampiran 3 : Uji Plagiarisme
- Lampiran 4 : Uji Referensi
- Lampiran 5 : Lembar Kuesioner
- Lampiran 6 : Hasil Kuesioner Persepsi Harga (X1)
- Lampiran 7 : Hasil Kuesioner Kepercayaan (X2)
- Lampiran 8 : Hasil Kuesioner Sikap (X3)
- Lampiran 9 : Hasil Kuesioner Minat Beli (Y)
- Lampiran 10 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 11 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 12 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 13 : Hasil Uji Multikolinieritas
- Lampiran 14 : Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 15 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 16 : Hasil Uji T
- Lampiran 17 : Hasil Uji F
- Lampiran 18 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
- Lampiran 19 : Tabel R
- Lampiran 20 : Tabel T
- Lampiran 21 : Tabel F
- Lampiran 22 : Biodata