UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Fitur Shopee BeautyCam terhadap Niat Beli Produk Kosmetik pada Aplikasi Shopee melalui
Variabel Citra Mental dan Persepsi Nilai**
Shiddiq Nur Rohman, Naila Zulfa, M.A., M.S., PGDip., Ph.D., FHEA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**

LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI ..... **iii**

KATA PENGANTAR ..... **iv**

HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **ix**

DAFTAR TABEL ..... **xiv**

DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvii**

INTISARI ..... **xviii**

ABSTRACT ..... **xix**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 5
1.3 Pertanyaan Penelitian 7
1.4 Tujuan Penelitian 9
1.5 Manfaat Penelitian 10
1.5.1 Manfaat Akademis 10
1.5.2 Manfaat Praktis 11
1.6 Ruang Lingkup Penelitian 11
1.6.1 Model Penelitian 11
1.6.2 Objek dan Subjek Penelitian 12
1.6.3 Lokasi Penelitian 12

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Fitur Shopee BeautyCam terhadap Niat Beli Produk Kosmetik pada Aplikasi Shopee melalui
Variabel Citra Mental dan Persepsi Nilai**
Shiddiq Nur Rohman, Naila Zulfa, M.A., M.S., PGDip., Ph.D., FHEA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

1.7 Sistematika Penelitian 13
1.8 Simpulan..... 14

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 15
2.1 Pendahuluan 15
2.2 Landasan Teori 15
2.2.1 Teori Stimulus-Organisme-Respons 15
2.2.2 Teori Persepsi Nilai 20
2.3 Tinjauan Pustaka..... 22
2.3.1 Kemudahan Penggunaan dari Fitur Uji Coba Virtual 29
2.3.2 Kekayaan Visual dari Fitur Uji Coba Virtual 31
2.3.3 Persepsi Nilai Utilitarian 32
2.3.4 Persepsi Nilai Hedonis 34
2.3.5 Citra Mental 35
2.3.6 Niat Beli 37
2.4 Pengembangan Hipotesis 38
2.4.1 Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap niat beli 38
2.4.2 Pengaruh kekayaan visual terhadap niat beli 39
2.4.3 Pengaruh persepsi nilai utilitarian terhadap niat beli 41
2.4.4 Pengaruh persepsi nilai hedonis terhadap niat beli 43
2.4.5 Pengaruh elaborasi citra mental terhadap niat beli 44
2.4.6 Pengaruh kualitas citra mental terhadap niat beli 45
2.4.7 Pengaruh persepsi nilai utilitarian dalam memediasi hubungan kemudahan penggunaan dan niat beli 46
2.4.8 Pengaruh persepsi nilai utilitarian dalam memediasi hubungan kekayaan visual dan niat beli 47
2.4.9 Pengaruh persepsi nilai hedonis dalam memediasi hubungan kemudahan penggunaan dan niat beli..... 48
2.4.10 Pengaruh persepsi nilai hedonis dalam memediasi hubungan kekayaan visual dan niat beli 49
2.4.11 Pengaruh elaborasi citra mental dalam memediasi hubungan kekayaan visual dan niat beli 50
2.4.12 Pengaruh kualitas citra mental dalam memediasi hubungan kekayaan visual dan niat beli 52
2.5 Model Penelitian..... 53
2.6 Simpulan..... 53

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Fitur Shopee BeautyCam terhadap Niat Beli Produk Kosmetik pada Aplikasi Shopee melalui
Variabel Citra Mental dan Persepsi Nilai**
Shiddiq Nur Rohman, Naila Zulfa, M.A., M.S., PGDip., Ph.D., FHEA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB III METODE PENELITIAN 55
3.1 Pendahuluan 55
3.2 Desain Penelitian 55
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran 55
3.3.1 Kemudahan Penggunaan 56
3.3.2 Kekayaan Visual 57
3.3.3 Persepsi Nilai Utilitarian 57
3.3.4 Persepsi Nilai Hedonis 59
3.3.5 Elaborasi Citra Mental 60
3.3.6 Kualitas Citra Mental 62
3.3.7 Niat Beli 63
3.4 Populasi dan Sampel 64
3.4.1 Populasi 64
3.4.2 Metode Pengumpulan Sampel 64
3.4.3 Ukuran Sampel 66
3.5 Metode Pengumpulan Data 67
3.6 Analisis Data 67
3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian 69
3.6.2 Evaluasi Model Struktural 71
3.7 Uji Instrumen Sampel Kecil 73
3.7.1 Data Kualitatif 73
3.7.2 Uji Validitas 75
3.7.3 Uji Reliabilitas 79
3.8 Simpulan 80

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 81
4.1 Pendahuluan 81
4.2 Hasil Pengumpulan Data 81
4.3 Profil Responden 84
4.4 Uji Instrumen 87
4.4.1 Uji Validitas Konvergen 89
4.4.2 Uji Validitas Diskriminan 91
4.4.3 Uji Reliabilitas 92
4.5 Statistik Deskriptif 93

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Fitur Shopee BeautyCam terhadap Niat Beli Produk Kosmetik pada Aplikasi Shopee melalui
Variabel Citra Mental dan Persepsi Nilai**
Shiddiq Nur Rohman, Naila Zulfa, M.A., M.S., PGDip., Ph.D., FHEA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.6 Analisis Model Struktural 96
4.6.1 Multikolinearitas (*VIF*) 96
4.6.2 Koefisien Determinasi (R^2) 97
4.6.3 *Effect Size* f^2 99
4.6.4 Koefisien Jalur 100
4.7 Pembahasan 107
4.7.1 Hipotesis Satu (H1a): kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat beli 108
4.7.2 Hipotesis Dua (H1b): kekayaan visual berpengaruh positif terhadap niat beli 109
4.7.3 Hipotesis Tiga (H2a): persepsi nilai utilitarian berpengaruh positif terhadap niat beli 111
4.7.4 Hipotesis Empat (H2b): persepsi nilai hedonis berpengaruh positif terhadap niat beli 112
4.7.5 Hipotesis Lima (H2c): elaborasi citra mental berpengaruh positif terhadap niat beli 113
4.7.6 Hipotesis Enam (H2d): kualitas citra mental berpengaruh positif terhadap niat beli 115
4.7.7 Hipotesis Tujuh (H3a): persepsi nilai utilitarian memediasi hubungan antara kemudahan penggunaan dengan niat beli 116
4.7.8 Hipotesis Delapan (H3b): persepsi nilai utilitarian memediasi hubungan antara kekayaan visual dengan niat beli 118
4.7.9 Hipotesis Sembilan (H3c): persepsi nilai hedonis memediasi hubungan antara kemudahan penggunaan dengan niat beli 120
4.7.10 Hipotesis Sepuluh (H3d): persepsi nilai hedonis memediasi hubungan antara kekayaan visual dengan niat beli 121
4.7.11 Hipotesis Sebelas (H3e): elaborasi citra mental memediasi hubungan antara kekayaan visual dengan niat beli 123
4.7.12 Hipotesis Dua Belas (H3f): kualitas citra mental memediasi hubungan antara kekayaan visual dengan niat beli 125
4.8 Simpulan 126

BAB V SIMPULAN 127
5.1 Kesimpulan 127
5.2 Implikasi Manajerial 129
5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian 130

DAFTAR PUSTAKA 133

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Fitur Shopee BeautyCam terhadap Niat Beli Produk Kosmetik pada Aplikasi Shopee melalui
Variabel Citra Mental dan Persepsi Nilai**
Shiddiq Nur Rohman, Naila Zulfa, M.A., M.S., PGDip., Ph.D., FHEA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

LAMPIRAN..... 147