



**PENGALAMAN INTERAKSI DIGITAL DAN DESAIN VISUAL
SEBAGAI FAKTOR PENENTU KEPUASAN KONSUMEN
PADA JASA DESAIN VISUAL BEEVECTOR**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana

Oleh :

**BENNY SETIAWAN
NIM. 204212013**

**PROGRAM STUDI SI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGALAMAN INTERAKSI DIGITAL DAN DESAIN VISUAL SEBAGAI FAKTOR PENENTU KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA DESAIN VISUAL BEEVECTOR

Disusun Oleh :

BENNY SETIAWAN

NIM. 204212013

**PROGRAM STUDI SI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO
2025**

Telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing dan diperkenankan untuk diujikan.

Ungaran, 2 Agustus 2025

Pembimbing



Irsal Fauzi, S.E., M.M.

NIDN. 0609078501

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul :

PENGALAMAN INTERAKSI DIGITAL DAN DESAIN VISUAL SEBAGAI FAKTOR PENENTU KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA DESAIN VISUAL BEEVECTOR

Disusun Oleh :

BENNY SETIAWAN

NIM. 204212013

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi S1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora, Universitas Ngudi Waluyo, pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 7 Agustus 2025

Tim Penguji
Ketua

Jaya Ramadaey Bangsa, S.E., M.M.
NIDN. 0623039201

Anggota/Penguji I

Abdul Aziz, S.E., M.M.
NIDN. 0626019301

Ketua Program Studi
S1 Bisnis Digital

Setya Indah Isnawati, S.I.Kom., M.M.
NIDN. 0623059302

Anggota/Penguji II

Irsal Fauzi, S.E., M.M.
NIDN. 0609078501

Dekan Fakultas Ekonomi
Hukum dan Humaniora

Budjati, S.Pd., M.Pd.
NIDN. 0607038201



SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Benny Setiawan

NIM : 204212013

Program Studi/ Fakultas : S1 Bisnis Digital

Fakultas Ekonomi, Hukum Dan Humaniora

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi berjudul “PENGALAMAN INTERAKSI DIGITAL DAN DESAIN VISUAL SEBAGAI FAKTOR PENENTU KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA DESAIN VISUAL BEEVECTOR” adalah karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik apapun di Perguruan Tinggi manapun.
2. Skripsi ini merupakan ide dan hasil karya murni saya yang dibimbing dan dibantu oleh tim pembimbing dan narasumber.
3. Skripsi ini tidak memuat karya atau pendapat orang lain yang telah dipublikasikan kecuali secara tertulis dicantumkan dalam naskah sebagai acuan dengan menyebut nama pengarang dan judul aslinya serta dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran di dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh dan sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Ngudi Waluyo.

Ungaran, 12 Agustus 2025

nyatakan



Benny Setiawan

NIM. 204212013

PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Benny Setiawan
NIM : 204212013
Prodi : S1 Bisnis Digital
Tahun Kelulusan : 2025
Jenis Karya Ilmiah : Skripsi

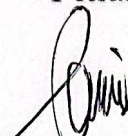
Demi perkembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada Prodi Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“PENGALAMAN INTERAKSI DIGITAL DAN DESAIN VISUAL SEBAGAI FAKTOR PENENTU KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA DESAIN VISUAL BEEVECTOR” Hak bebas Royalti Noneksklusif ini memberikan hak bagi Prodi Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo untuk menyimpan, alih media atau format, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasi tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ungaran, 12 Agustus 2025

Penulis


Benny Setiawan

RIWAYAT HIDUP



Nama : Benny Setiawan
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 12 Juli 1996
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Mandiraja Kulon RT 01 RW 04, Kec. Mandiraja
Kab. Banjarnegara, Jawa Tengah
Alamat e-mail : bennystia@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri 2 Kebakalan
2. SMP Negeri 1 Mandiraja
3. SMK HKTI 2 Purwareja Klampok
4. S-1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo, 2022-2025

Pengalaman Lain :

1. Mengikuti Pelatihan Sistem Keuangan dan Sosial Media Marketing bagi UMKM di Kabupaten Banjarnegara.

Prestasi Yang Pernah Diraih :

1. 2022 Lolos Pendanaan Program P2MW Kemendikbudristek kategori Jasa dan Perdagangan : Mitra Digital Industri
2. 2023 Lolos Pendanaan Program P2MW Kemendikbudristek kategori Jasa dan Perdagangan : Ink Bliss “Pengembangan Usaha Sablon DTF”

PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Benny Setiawan
NIM : 204212013
Prodi : S1 Bisnis Digital
Tahun Kelulusan : 2025
Jenis Karya Ilmiah : Skripsi

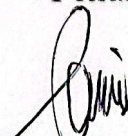
Demi perkembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada Prodi Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“PENGALAMAN INTERAKSI DIGITAL DAN DESAIN VISUAL SEBAGAI FAKTOR PENENTU KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA DESAIN VISUAL BEEVECTOR” Hak bebas Royalti Noneksklusif ini memberikan hak bagi Prodi Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo untuk menyimpan, alih media atau format, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasi tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ungaran, 12 Agustus 2025

Penulis


Benny Setiawan

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa kita keluar dari zaman kegelapan.

Pada skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan. Namun demikian, skripsi ini dapat memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Bisnis Srtata Satu (S1) Program Studi S1 Bisnis Digital di Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo Ungaran. Skripsi yang berjudul **“PENGALAMAN INTERAKSI DIGITAL DAN DESAIN VISUAL SEBAGAI FAKTOR PENENTU KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA DESAIN VISUAL BEEVECTOR”** akhirnya dapat diselesaikan sesuai dengan harapan penulis. Selama penyusunan skripsi ini, penulis menghadapi banyak kesulitan dan tantangan.

Pada kesempatan ini penulis kiga hendak mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu memberikan dukungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih secara khusus penulis berikan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan bimbingan, hidayah, kekuatan dan kemudahan dalam menyusun Skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Subyantoro, M.Hum. selaku Rektor Universitas Ngudi Waluyo.
3. Ibu Budiati, S.Pd., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora.
4. Ibu Setya Indah Isnawati, S.I.Kom., M.M. selaku Kaprodi S1 Bisnis Digital
5. Bapak Jaya Ramadaey Bangsa, S.E.,M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.

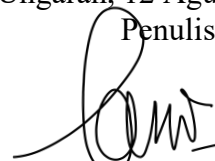
6. Bapak Irsal Fauzi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan ilmu dan tentunya dukungan kepada penulis.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Hukum dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo yang telah membantu penulis selama proses perkuliahan.
8. Ibu, Bapak, Adik dan keluarga penulis yang selalu memberikan doa, semangat, kasih sayang dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.
9. Teman-teman penulis yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan laporan ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu sehingga laporan ini terselesaikan

Penulis menyadari bahwa dalam laporan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis tidak menutup diri atas segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun ke depannya. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penulis sendiri.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Ungaran, 12 Agustus 2025

Penulis



Benny Setiawan

ABSTRAK

PENGALAMAN INTERAKSI DIGITAL DAN DESAIN VISUAL SEBAGAI FAKTOR PENENTU KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA DESAIN VISUAL BEEVECTOR

Benny Setiawan

Fakultas Ekonomi, Hukum, dan Humaniora

Universitas Ngudi Waluyo

bennystia@gmail.com

Dosen Pembimbing:

Irsal Fauzi, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pengalaman Interaksi Digital dan Desain Visual terhadap Kepuasan Konsumen pada jasa desain visual BeeVector, dengan Kepercayaan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research* untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan melalui survei terhadap 60 responden yang pernah menggunakan jasa desain visual BeeVector minimal dua kali yang berlokasi di Kabupaten Banjarnegara, dengan teknik *sensus sampling*. Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman interaksi digital berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen, tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sebaliknya, desain visual terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap baik kepercayaan maupun kepuasan konsumen. Kepercayaan konsumen tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan, namun mampu memediasi pengaruh desain visual terhadap kepuasan secara signifikan, meskipun dengan arah hubungan negatif. Sementara itu, kepercayaan tidak dapat memediasi pengaruh pengalaman interaksi digital terhadap kepuasan. Penelitian ini menyoroti pentingnya desain visual sebagai faktor kunci dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen. BeeVector disarankan untuk memperkuat elemen desain visual serta mengevaluasi pengalaman interaksi digital agar lebih relevan dengan target pasar.

Kata Kunci: Pengalaman Interaksi Digital, Desain Visual, Kepercayaan, Kepuasan Konsumen, BeeVector.

ABSTRACT

DIGITAL INTERACTION EXPERIENCE AND VISUAL DESIGN AS DETERMINING FACTORS FOR CONSUMER SATISFACTION IN BEEVECTOR GRAPHIC DESIGN SERVICES

Benny Setiawan

*Faculty of Economics, Law, and Humanities ,
Ngudi Waluyo University
bennystia@gmail.com*

Advisor:

Irsal Fauzi, S.E., M.M

This study aims to analyze the influence of Digital Interaction Experience and Visual Design on Consumer Satisfaction in BeeVector graphic design services, with Trust as a mediating variable. This study uses a quantitative method with an explanatory research approach to explain the causal relationship between the variables studied. Data collection was carried out through a survey of 60 respondents who had used BeeVector graphic design services at least twice located in Banjarnegara Regency, with census sampling techniques. The data analysis technique uses Partial Least Square (PLS). The results show that the experience of digital interaction has a significant effect on consumer trust, but does not have a significant effect on consumer satisfaction. In contrast, visual design has been shown to have a significant influence on both consumer trust and satisfaction. Consumer trust does not have a direct effect on satisfaction, but it is able to mediate the influence of visual design on satisfaction significantly, even in the direction of negative relationships. Meanwhile, trust cannot mediate the influence of digital interaction experiences on satisfaction. This research highlights the importance of visual design as a key factor in increasing consumer trust and satisfaction. BeeVector is recommended to strengthen visual design elements as well as evaluate the digital interaction experience to make it more relevant to the target market.

Keywords: Digital Interaction Experience, Visual Design, Trust, Consumer Satisfaction, BeeVector.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI.....	v
RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Teori Yang Digunakan.....	8
2.1.1 Kepuasan Konsumen	8
2.1.2 Kepercayaan Konsumen	10
2.1.3 Pengalaman Interaksi Digital.....	17
2.1.4 Desain Visual.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pikir Penelitian	26

2.4	Konsep Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Jenis Penelitian.....	35
3.2	Lokasi dan Periode Penelitian.....	35
3.3	Populasi dan Sampel	36
3.3.1	Populasi	36
3.3.1	Sampel	36
3.4	Sumber Data.....	37
3.4.1	Data Primer.....	37
3.4.2	Data Sekunder.....	37
3.5	Metode Pengumpulan Data	38
3.5.1	Observasi	38
3.5.2	Kuesioner.....	38
3.6	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
3.7	Metode Analisis Data.....	40
3.7.1	Uji Statistik Deskriptif.....	41
3.7.2	Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	41
3.7.3	Uji Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1	Sejarah Jasa Desain visual BeeVector.....	44
4.1.2	Profil BeeVector	45
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	52
4.2.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.2.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	53
4.2.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	54
4.2.4	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	55
4.2.5	Karakteristik Responden berdasarkan Informasi BeeVector.....	56
4.3	Analisis Data	57
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	57
4.3.2	Hasil Analisis Variabel Eksogen	58

4.3.3 Hasil Analisis Variabel Endogen.....	62
4.3.4 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	66
4.3.5 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	74
4.4 Pengujian Hipotesis.....	77
4.5 Pembahasan.....	82
4.6 Implikasi Hasil Penelitian	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	104
DAFTAR LAMPIRAN	113

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	39
Tabel 4. 1 Hasil Analisis Variabel Pengalaman Interaksi Digital (X1)	58
Tabel 4. 2 Hasil Analisis Variabel Desain Visual (X2)	60
Tabel 4.3 Hasil Analisis Variabel Kepuasan Konsumen (Y1).....	63
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Variabel Kepercayaan (Z1)	65
Tabel 4. 5 Outer Loading Uji Validitas Konvergen.....	68
Tabel 4. 6 Cross Loading Factor Uji Validitas Diskriminan	71
Tabel 4. 7 Nilai Rata-Rata <i>Communality</i>	73
Tabel 4. 8 <i>Composite Reliability</i>	73
Tabel 4. 9 R-Square (R2)	75
Tabel 4. 10 F-Square (F2).....	76
Tabel 4. 11 Hasil Uji Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)	78
Tabel 4. 12 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>)	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir Penelitian.....	26
Gambar 4. 1 Logo BeeVector	45
Gambar 4. 2 Website BeeVector.....	46
Gambar 4. 3 Instagram BeeVector.....	47
Gambar 4. 4 Google Bisnis	47
Gambar 4. 5 Hasil Logo BeeVector	49
Gambar 4. 6 Hasil Banner BeeVector.....	49
Gambar 4. 7 Hasil <i>Flyer</i> BeeVector.....	50
Gambar 4. 8 Hasil <i>Pouch Design</i> BeeVector.....	51
Gambar 4. 9 Hasil <i>Media Social Design</i> BeeVector.....	51
Gambar 4. 10 Diagram Lingkaran Jawaban Responden Jenis Kelamin	52
Gambar 4. 11 Diagram Lingkaran Jawaban Responden Usia.....	53
Gambar 4. 12 Diagram Lingkaran Jawaban Responden Pendidikan.....	54
Gambar 4. 13 Diagram Lingkaran Jawaban Responden Pekerjaan	55
Gambar 4. 14 Diagram Lingkaran Jawaban Responden Informasi	56
Gambar 4. 15 Hasil Uji <i>Outer Model</i>	67
Gambar 4. 16 Hasil Uji <i>Inner Model</i>	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Ethical Clearance (EC)	113
Lampiran 2. Surat Layak Etik	114
Lampiran 3. Surat Ijin Penelitian	115
Lampiran 4. Surat Bebas Plagiasi (Turnitin).....	115
Lampiran 5. Permintaan Menjadi Responden.....	117
Lampiran 6. Kuesioner Penelitian.....	118
Lampiran 7. Data Tabulasi Kuesioner	124
Lampiran 8. <i>Outer Loading</i>	130
Lampiran 9. <i>Construct Reliability and Validity</i>	132
Lampiran 10. <i>Discriminant Validity</i>	133
Lampiran 11. <i>Indicator Data</i>	133
Lampiran 12. <i>Collinearity Statistics (VIF)</i>	134
Lampiran 13. <i>Construct Crossvalidated Redundancy</i>	134
Lampiran 14. <i>Path Coefficients</i>	135
Lampiran 15. <i>Spesific Indirect Effects</i>	135
Lampiran 16. <i>R Square</i>	136
Lampiran 17. <i>f Square</i>	136
Lampiran 18. Lembar Konsultasi.....	137