

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELANJA
ONLINE**

SKRIPSI



Oleh:

Nama : Erna Purnama Sari
Nomor Mahasiswa : 06311053
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2012

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELANJA
ONLINE**

SKRIPSI



Oleh:

Nama : Erna Purnama Sari
Nomor Mahasiswa : 06311053
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA**

2012

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELANJA
ONLINE**

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-I di jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



Oleh:

Nama : Erna Purnama Sari
Nomor Mahasiswa : 06311053
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2012

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 23 April 2012

Penulis,

Erna Purnama Sari

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELANJA ONLINE

Nama : Erna Purnama Sari
Nomor Mahasiswa : 06311053
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 23 April 2012

Telah disetujui dan disahkan

oleh

Dosen Pembimbing,

Drs. Muchsin Mutohar, MBA

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELANJA ONLINE

Nama : Erna Purnama Sari
Nomor Mahasiswa : 06311053
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 23 April 2012

Telah disetujui dan disahkan mengikuti ujian

oleh

Dosen Pembimbing,

Drs. Muchsin Mutohar, MBA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 23 April 2012

Penulis,



Erna Purnama Sari

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELANJA ONLINE

Nama : Erna Purnama Sari
Nomor Mahasiswa : 06311053
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 23 April 2012

Telah disetujui dan disahkan

oleh

Dosen Pembimbing,



Drs. Muchsin Mutohar, MBA

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SKRIPSI BERJUDUL**

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELANJA ONLINE

Disusun Oleh : ERNA PURNAMA SARI

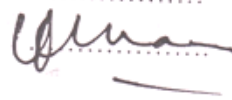
Nomor Mahasiswa : 06311053

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada tanggal : 16 Mei 2012

Penguji/pemb. Skripsi : Drs. Muchsin Muthohar, MBA

Penguji : Drs. Al Hasin, MBA



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia




Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta 55283
Telepon (0274) 881546 - 885376 - 884019 - Fax. : 882589

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

Bismillahirrahmanirrahim

Pada Semester Genap 2010/2012, hari Rabu, 16 Mei 2012 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UII telah menyelenggarakan ujian tugas akhir yang disusun oleh:

Nama : ERNA PURNAMA SARI
No. Mahasiswa : 06311053
Judul Tugas akhir : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Belanja Online

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas akhir, maka tugas akhir tersebut **dinyatakan:**

1. **Lulus Ujian Tugas Akhir**
 - a. ~~Tugas akhir tidak direvisi~~
 - b. Tugas akhir perlu direvisi
2. ~~Tidak Lulus Ujian Tugas Akhir~~

Nilai : A/B
Referensi : Layak/Tidak Layak ditampilkan di Perpustakaan
Pembimbing : Drs. Muchsin Muthohar, MBA
Tim Penguji
Ketua : Drs. Muchsin Muthohar, MBA
Anggota : Drs. Al Hasin, MBA

Yogyakarta, 16 Mei 2012
Ketua Program Studi Manajemen,



Dr. D. Agus Hardjito, M.Si

Keterangan:

- *) Coret yang tidak perlu
Waktu revisi 2 bulan, lebih dari 2 bulan kelulusan dianggap gugur dan tugas akhir diuji lagi.
Bagi yang telah lulus Ujian Tugas akhir dan Komprehensif, segera konfirmasi di Devisi Akademik
Mulai Menyusun Tugas akhir : Semester Ganjil 2011/2012
Mata kuliah Konsentrasi: **Mnj. Pemasaran**

Halaman Motto

” Sebaik-baiknya manusia adalah manusia yang paling bermanfaat untuk sesamanya ”.

(Al Hadits)

” Dan orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan, mereka itu penghuni surga. Mereka kekal di dalamnya ”.

(QS. Al Baqarah : 82)

” Ingatlah Tuhanmu dalam hatimu dengan rendah hati dan rasa takut, dan dengan tidak mengeraskan suara, pada waktu pagi dan petang, dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang lengah ”.

(QS. Al-A’Raf : 205)

Halaman Persembahan

Kepada :

Allah SWT, atas segala Ridho- Mu.
Bapak dan Mamak tercinta yang telah memberikan segalanya dengan doa, pengorbanan,
perhatian, cinta dan kasih sayan yang sangat berarti bagiku
Buat semua keluarga ku atas doa dan dukungannya

Terima kasih atas semua doa dan dukungannya

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul "**Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Belanja Online**". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan antara kegunaan, kemudahan penggunaan, kesesuaian, privasi, dan keamanan terhadap sikap belanja online mahasiswa, untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan antara kegunaan, sikap, keyakinan normatif, dan *self efficacy* terhadap minat belanja online mahasiswa serta untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan antara sikap terhadap minat belanja online mahasiswa.

Objek penelitian ini adalah mahasiswa di daerah Condong Catur yang meliputi mahasiswa dari UII dan UPN. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dan pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner secara langsung dengan metode *simple random sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara serempak kegunaan, kemudahan penggunaan, privasi, kesesuaian, keamanan, berpengaruh secara serempak terhadap sikap belanja online. Kegunaan, *self efficacy*, kepercayaan normative, sikap, berpengaruh secara serempak terhadap minat belanja online. Sedangkan secara parsial privasi dan kesesuaian berpengaruh secara signifikan terhadap sikap. Sedangkan yang mempengaruhi minat adalah sikap.

Kata kunci: Kegunaan, kemudahan penggunaan, kesesuaian, privasi, keamanan, *self efficacy*, kepercayaan normative, sikap dan minat.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur yang tak terhingga penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah juga inayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Skripsi dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELANJA ONLINE”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata-1 pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari tanpa bimbingan, arahan, dukungan dan bantuan berbagai pihak, maka skripsi ini dapat diselesaikan, untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- Bapak Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Bapak Drs. Muchsin Mutohar, MBA selaku Dosen Pembimbing.
- Responden Mahasiswa di sekitar kampus UII dan UPN.
- Buat orangtua ku yang selalu sabar dengan anaknya yang malas ini.
- Kakak-kakak ku atas doa dan supportnya.
- Sahabat ku Firda Amalia, makasih kawan atas bantuan mu selama ini.
- Sahabat ku Geng Mak Rempong APH: Pipin, mami Anggi, Hani atas gilanya dan kebersamaannya.
- Mba ipar tercinta Yaya, atas kesabarannya sama aisyah.

- Mba Dewi, Pak Herri beserta istrinya makasih atas bantuannya.
- Buat semua pihak yang telah membantu dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah memberikan balasan yang terbaik dan menjadikan barakah atas kebaikan yang telah kita tanam dan kita niatkan. Masukan berarti dari berbagai pihak untuk penyempurnaan karya ini sangat penulis harapkan. Semoga mendatangkan banyak manfaat dan kebaikan. Allahumma amin.

Yogyakarta, 23 April 2012

Erna Purnama Sari

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul	i
Halaman Sampul Depan Skripsi	ii
Halaman Judul Sripsi	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iv
Halaman Pengesahan Skripsi.....	v
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	vi
Halaman Motto	vii
Halaman Persembahan	viii
Abstraksi	xi
Kata pengantar	x
Daftar isi	xii
Daftar Tabel.....	xiii

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.....	33
Tabel 3.2.....	35
Tabel 4.1.....	40
Tabel 4.2.....	40
Table 4.3.....	42
Table 4.4.....	43
Table 4.5.....	44
Tabel 4.6.....	45
Tabel 4.7.....	46
Tabel 4.8.....	47
Tabel 4.8.....	48
Tabel 4.9.....	49
Tabel 4.10.....	50
Table 4.11.....	51
Tabel 4.12.....	52
Table 4.13.....	53
Table 4.14.....	54
Table 4.15.....	56
Table 4.16.....	61
Table 4.17.....	62
Tabel 4.18.....	63
Table 4.19.....	64
Table 4.20.....	64

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Batasan Masalah.....	6
1.5 Manfaat Penelitian	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2.2 Pemasaran Jasa	10
2.2.3 Sikap	12
2.2.4 Minat.....	14
2.2.5 Model Penerimaan Teknologi.....	16
2.2.6 Keyakinan terhadap Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan	17
2.2.7 Keyakinan terhadap Kesesuaian, Privasi dan Keamanan.....	18
2.2.8 Kepercayaan Normatif dan <i>Self Efficacy</i>	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.4 Hipotesis Penelitian.....	21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian	26
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	26
3.2.1 Variabel Bebas (Independen).....	26
3.2.2 Variabel Dependen (Terikat)	28
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.3.1 Populasi.....	29
3.3.2 Sample	29

3.4 Data yang Diperlukan	30
3.5 Pengukuran Variabel.....	31
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	32
3.7 Teknik Analisis Data.....	35
3.8 Pengujian Hipotesis.....	36
3.8.1 Uji Secara Serentak atau Uji F.....	36
3.8.2 Uji secara parsial atau Uji t.....	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Subyek Penelitian	39
4.1.1 Tingkat Usia Responden	39
4.1.2 Jenis Kelamin Responden	40
4.2 Penilaian Responden terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap Belanja Online	41
4.3 Pengaruh Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kompatibilitas, Privasi dan Keamanan terhadap Sikap	50
4.4 Pengaruh Kegunaan, Sikap, Kepercayaan Normatif dan <i>Self Efficacy</i> terhadap Minat belanja Online Mahasiswa	60
4.5 Pembahasan.....	68

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN