

DAMPAK BELANJA *ONLINE* TERHADAP PERILAKU KONSUMEN



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

Candra Ardi Kurniawan

B100180154

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

DAMPAK BELANJA ONLINE TERHADAP PERILAKU KONSUMEN

SKRIPSI

Oleh :

Candra Ardi Kurniawan

B100180154

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen Pembimbing



Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

DAMPAK BELANJA *ONLINE* TERHADAP PERILAKU KONSUMEN

Oleh :

Candra Ardi Kurniawan

B100180154

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal : 27 Januari 2022

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

1. Dr Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si
(Ketua Dewan Penguji)
2. Imron Rosyadi, S.E, M.Si
(Anggota 1 Dewan Penguji)
3. Kusdiyanto, S.E, M.Si
(Anggota II Dewan Penguji)


(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta 57102

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Candra Ardi Kurniawan

NIM : B100180154

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Dampak Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumen

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 24 Januari 2022

Yang membuat pernyataan

(Candra Ardi Kurniawan)

MOTTO

“...Niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat...”

(QS. Al-Mujadilah : 11)

“Takut dan menyerah tidak ada dalam kamusku”

(Penulis)

“Tidak mengenal diri sendiri adalah hal yang paling buruk”

(Chou)

“Setiap kesalahan adalah sebuah pelajaran oleh karena itu lebih baik menerimanya”

(Sun)

“Unutk mengubah dunia mulai mengubah dengan dirimu sendiri”

(Eudora)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya hingga terselesaikan skripsi ini, penulis mempersembahkan karya kecil ini untuk:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat-Nya.
2. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan kasih sayang, memberi nasihat dan masukan serta selalu mendoakan yang terbaik untuk saya.
3. Dosen pembimbing Bapak Dr. Edy Purwo Saputro,S.E,M.Si. yang telah sabar membimbing pembuatan skripsi dan seluruh dosen FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah mengajarkan dan memberikan ilmu yang bermanfaat
4. Sahabat-sahabatku, teman seperjuangan UMS angkatan 2018 yang selalu menghibur dan memberikan dukungan penuh untukku.
5. Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi risiko, kesadaran produk dan desain situs web terhadap perilaku pembelian konsumen pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Surakarta yang pernah melakukan belanja online. Dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 130 mahasiswa yang diambil secara acak. Metode penelitian menggunakan *purposive sampling* dan data yang digunakan merupakan data primer berupa kuisisioner. Metode analisis data adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, kesadaran produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan desain situs web berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen. Nilai koefisien determinasi atau R^2 menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen yaitu persepsi manfaat, persepsi risiko, kesadaran produk dan desain situs web terhadap variabel dependen perilaku pembelian konsumen.

Kata Kunci : *persepsi manfaat, persepsi risiko, kesadaran produk, desain situs web, perilaku pembelian konsumen*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of perceived benefits, perceived risk, product awareness and website design on consumer buying behavior in students at Muhammadiyah University of Surakarta who have done online shopping. In this study, a sample of 130 students was taken randomly. The research method uses purposive sampling and the data used are primary data in the form of questionnaires. The method of data analysis is multiple linear regression analysis. The results showed that perceived benefits had no significant effect on consumer satisfaction, perceived risk had a significant effect on consumer satisfaction, product awareness had a significant effect on consumer satisfaction and website design had a significant effect on consumer buying behavior. The value of the coefficient of determination or R^2 shows the percentage of the influence of all independent variables, namely perceived benefits, perceived risk, product awareness and website design on the dependent variable of consumer buying behavior.

Keywords: perceived benefits, perceived risk, product awareness, website design, consumer buying behavior

KATA PENGANTAR



Assalamu`alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang tiada henti selalu memberikan Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “**DAMPAK BELANJA ONLINE TERHADAP PERILAKU KONSUMEN**” sebagai syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa bantuan, bimbingan, semangat serta dorongan dari berbagai pihak merupakan motivasi terbesar untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik, maka dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Binis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang dengan sabar telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan serta arahan selama proses penulisan skripsi hingga penyelesaian ujian skripsi.
5. Ibu Dra. Wuryaningsih, M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu merespon dan membantu saya selama perkuliahan.
6. Seluruh dosen pengajar dan staf karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuan selama penulis menuntut ilmu.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan pihak yang telah memberi motivasi, bimbingan, bantuan dan arahan kepada penulis. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Surakarta, 22 januari 2022

Candra Ardi Kurniawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Teori.....	8
B. Penelitian Terdahulu.....	12
C. Hipotesis.....	14
D. Kerangka Pemikiran.....	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
A. Jenis Penelitian.....	19
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	20
C. Data dan Sumber Data.....	24
D. Metode Pengumpulan Data.....	24

	E. Desain Pengambilan Sampel.....	24
	F. Metode Analisis Data.....	25
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	29
	A. Deskripsi Responden Penelitian	29
	B. Uji Instrumen Data.....	32
	C. Uji Asumsi Klasik	35
	D. Uji Ketetapan Model	38
	E. Uji Hipotesis.....	40
	F. Pembahasan.....	43
BAB V	PENUTUP	47
	A. Simpulan	47
	B. Keterbatasan Penelitian.....	48
	C. Saran.....	48
	DAFTAR PUSTAKA	49
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1	Variabel dan Indikator.....	20
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	30
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan	30
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	31
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Website Belanja Online yang Digunakan.....	32
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas.....	33
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas	34
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas.....	35
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinieritas	36
Tabel 4.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	37
Tabel 4.11	Koefisien Determinasi (R^2)	38
Tabel 4.12	Hasil Perhitungan Uji F.....	39
Tabel 4.13	Hasil Uji t	40
Tabel 4.14	Hasil Uji Analisis Linier Berganda	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Penelitian.....	18
------------	-----------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian	52
Lampiran 2 : Karakteristik Responden	60
Lampiran 3 : Data Kuisisioner.....	62
Lampiran 4 : Uji Validitas.....	68
Lampiran 5 : Uji Reabilitas	73
Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik	74
Lampiran 7 : Uji Ketetapan Model	76
Lampiran 8 : Hasil Uji Hipotesis	77