

**PENGARUH ORIENTASI DAN KEPERCAYAAN BELANJA
TERHADAP MINAT BELI SECARA ONLINE PADA TOKO
“SHOPEE”**



**Skripsi Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada
Program Studi Pendidikan Akuntansi**

Oleh:

LULUK NURHIDAYAH
A210160220

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI FAKULTAS
KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA
JULI, 2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH ORIENTASI DAN KEPERCAYAAN BELANJA
TERHADAP MINAT BELI SECARA ONLINE PADA TOKO “SHOPEE”**

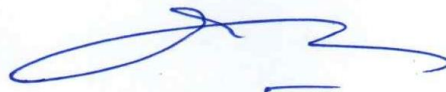
Diajukan Oleh:

LULUK NURHIDAYAH

A210160220

Skripsi telah disetujui oleh pembimbing skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi.

Surakarta, 10 Juli 2020



Dr. SABAR NARIMO, M.M., M.Pd

NIDN. 0613036301

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH ORIENTASI DAN KEPERCAYAAN BELANJA
TERHADAP MINAT BELI SECARA ONLINE PADA TOKO “SHOPEE”**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

LULUK NURHDAYAH

A210160220

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji


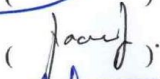

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Muhammadiyah Surakarta

pada hari Selasa, **21 Juli 2020**

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

- | | | |
|----------------------------------|-----------|--|
| 1. Dr. Sabar Narimo, M.M., M.Pd. | Penguji 1 | () |
| 2. Agus Susilo, S.Pd., M.Pd. | Penguji 2 | () |
| 3. Tri Nur Wahyudi, S.Pd., M.M. | Penguji 3 | () |

Surakarta, 21 Juli 2020

Dekan,




Prof. Harun Joko Pravitno, M.Hum.

NIDN.0028046501

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Luluk Nurhidayah

NIM : A210160220

Program Studi : Pendidikan Akuntansi

Judul Skripsi : Pengaruh Orientasi dan Kepercayaan Belanja terhadap
Minat Beli Secara Online pada Toko “Shopee”

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa publikasi ilmiah yang saya serahkan ini benar-benar hasil karya saya sendiri dan bebas plagiat karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu/dikutip dalam naskah dan disebutkan pada daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini hasil plagiat, saya bertanggung jawab sepenuhnya dan bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Surakarta, 10 Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



Luluk Nurhidayah

NIM. A210160220

MOTTO

“Lakukan yang terbaik untuk masa depan mu karena orang lain takkan melakukannya untuk mu. Gunakan yang kau punya, lakukan yang kau bisa.”

(Luluk Nurhidayah)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Ungkapan rasa syukur saya hanturkan kepada Allah Swt atas berkah rahmat dan karunia-Nya sehingga tugass akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Karya tulis ini kupersembahkan kepada :

1. Orang tua yang sangat saya sayangi terimakasih atas segala do'a, kasih sayang, perlindungan, nasehat, dorongan semangat, dan motivasi yang telah diberikan selama ini.
2. Semua saudara yang sangat saya sayangi terimakasih atas dukungan, nasehat, rasa sayang, dan motivasi yang telah diberikan selama ini.
3. Seluruh dosen pengajar di jurusan Pendidikan akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta terimakasih atas semua ilmu, bimbingan, pengalaman, dan kebersamaan yang telah diberikan kepada saya.
4. Temanku Arif, Aulia, Anggi, dan Rayona yang selalu mendukung satu sama lain.
5. Almamater Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta, sebagai tempat menimba ilmu.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah: mengetahui pengaruh orientasi belanja terhadap minat beli online, mengetahui pengaruh tingkat kepercayaan terhadap minat beli online, serta mengetahui pengaruh orientasi belanja dan kepercayaan berbelanja terhadap minat beli secara online pada toko Shopee. Jenis penelitian adalah kuantitatif dengan desain regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 276 mahasiswa. Sampel yang diambil sebanyak 163 mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Hasil analisis regresi diperoleh $Y = 9,901 + 0,415 X_1 + 0,409 X_2$. Kesimpulan yang diambil adalah (1) ada pengaruh orientasi belanja terhadap minat beli secara online pada toko Shopee. Diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,192 > 1,974$) dan nilai signifikan $t_{hitung} X_1$ sebesar $0,000 < 0,05$ dengan sumbangan relatif 58,6% dan sumbangan efektif 29,2%. (2) ada pengaruh kepercayaan belanja terhadap minat beli secara online pada toko Shopee. Diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,568 > 1,974$) dan taraf signifikan $t_{hitung} X_2$ sebesar $0,000 < 0,05$ dengan sumbangan relatif 41,4% dengan sumbangan efektif 20,6%. (3) ada pengaruh orientasi belanja dan kepercayaan belanja terhadap minat beli secara online pada toko Shopee. Berdasarkan uji simultan (F) diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($79,388 > 3,06$) dan signifikan value F_{hitung} sebesar $0,000 < 0,05$ dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,498 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh orientasi belanja dan kepercayaan belanja terhadap minat beli secara online 49,8%.

Kata Kunci: Orientasi Belanja, Kepercayaan Belanja, Minat Beli Online

ABSTRACT

The purpose of this study is: to determine the effect of shopping orientation on online buying interest, to know the influence of the level of trust towards online buying interest, and to know the effect of shopping orientation and shopping confidence on online buying interest in Shopee stores. This type of research is quantitative with multiple linear regression design. The population in this study were 276 students. Samples taken were 163 students. Data collection techniques using a questionnaire. Regression analysis results obtained $Y = 9,901 + 0,415 X_1 + 0,409 X_2$. Hypothesis test results are (1) there is an influence of shopping orientation on online buying interest in Shopee stores. Obtained $t_{count} > t_{table}$ ($7,192 > 1,974$) and significant value of $t_{count} X_1$ of $0,000 < 0,05$ with a relative contribution of 58.6% and an effective contribution of 29,2%. (2) there is an influence of shopping trust on online buying interest in Shopee stores. Obtained $t_{count} > t_{table}$ ($5,568 > 1,974$) and the significant level of $t_{count} X_2$ is $0,000 < 0,05$ with a relative contribution of 41,4% with an effective contribution of 20,6%. (3) there is an influence of shopping orientation and shopping confidence on online buying interest in Shopee stores. Based on the simultaneous test (F) it is known that $F_{count} > F_{table}$ ($79,388 > 3,06$) and a significant Fcount value of $0,000 < 0,05$ with a determination coefficient (R^2) of 0,498 indicating that the magnitude of the influence of financial literacy and the social environment on student pocket money management amounted to 49,8%.

Keywords: Shopping Orientation, Shopping Trust, Online Buying Interest

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum w. w.

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH ORIENTASI DAN KEPERCAYAAN BELANJA TERHADAP MINAT BELI SECARA ONLINE PADA TOKO “SHOPEE””. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak luput memperoleh bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu kepada semua pihak yang secara langsung ataupun tidak langsung membantu proses penyusunan skripsi ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Harun Joko Prayitno, M. Hum., Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan penelitian.
2. Prof. Dr. Harsono, SU., Ketua Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan izin dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Sabar Narimo, M.M., MPd., selaku pembimbing skripsi yang telah membantu dan memberikan masukan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen FKIP khususnya Program Studi Pendidikan Akuntansi.

Penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karenanya saran serta kritik sangat diharapkan oleh penulis untuk memperbaiki skripsi ini supaya menghasilkan karya yang lebih baik di masa depan.

Wassalamu'alaikum w. w.

Surakarta, 21 Juli 2020

Luluk Nurhidayah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiiiiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Pembatasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Kajian Teori	9
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan	13
C. Kerangka Berpikir	17
D. Hipotesis	17
BAB III METODE PENELITIAN	19
A. Jenis dan Desain Penelitian	19
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	19
C. Populasi, Sample, dan Sampling	20

D. Definisi Operasional Variabel	22
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	23
F. Teknik Analisis Data	30
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	35
A. Deskripsi Data.....	35
B. Uji Prasyarat Analisis	43
C. Uji Hipotesis	45
D. Pembahasan	51
E. Keterbatasan Penelitian	55
BAB V PENUTUP	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Implikasi Manajerial	56
C. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 E-commerce Terpopuler di Indonesia	2
Tabel 3.1 Distribusi Populasi	20
Tabel 3.2 Proporsi Sampel	22
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Orientasi Belanja	25
Tabel 3.4 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Kepercayaan Belanja	25
Tabel 3.5 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Minat Beli	26
Tabel 3.6 Skala Penilaian Instrumen Penelitian	27
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Orientasi Belanja	27
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Belanja	28
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli	29
Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas	30
Tabel 4.1 Hasil Pengelompokan Data Orientasi Belanja	39
Tabel 4.2 Hasil Pengelompokan Data Kepercayaan Belanja	40
Tabel 4.3 Hasil Pengelompokan Data Minat Beli	42
Tabel 4.4 Rangkuman Hasil Uji Normalitas Data	43
Tabel 4.5 Rangkuman Hasil Uji Linieritas	43
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Multikolinieritas	44
Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Heteroskedestisitas	45
Tabel 4.8 Rangkuman Hasil Uji Regresi Linier Berganda	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proyeksi Penggunaan Internet di Indonesia Tahun 2017-2023.....	2
Gambar 1.2 Peta Persaingan Toko Online di Indonesia	3
Gambar 4.1 Histrogram dan Poligon Data Orientasi Belanja	40
Gambar 4.2 Histrogram dan Poligon Data Kepercayaan Belanja	41
Gambar 4.3 Histrogram dan Poligon Data Minat Beli	42
Gambar 4.4 Uji Signifikan T Pengaruh Orientasi Belanja terhadap Minat Beli Online pada Toko Shopee	47
Gambar 4.5 Uji Signifikan T Pengaruh Kepercayaan Belanja terhadap Minat Beli Online pada Toko Shopee	49
Gambar 4.5 Uji Signifikan F pengaruh orientasi belanja dan kepercayaan belanja secara bersama-sama terhadap minat beli secara online pada toko Shopee.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Soal Kuesioner	63
Lampiran 2 Daftar Nama Responden Tryout	67
Lampiran 3 Skor Hasil Tryout Angket	68
Lampiran 4 Uji Validitas.....	71
Lampiran 5 Uji Reabilitas	74
Lampiran 6 Daftar Nama Responden Penelitian	77
Lampiran 7 Skor Hasil Penelitian.....	81
Lampiran 8 Hasil Deskripsi Data	92
Lampiran 9 Uji Normalitas	97
Lampiran 10 Uji Linearitas	98
Lampiran 11 Uji Multikolinearitas	99
Lampiran 12 Uji Heteroskedastisitas	100
Lampiran 13 Regresi Linear Berganda	101
Lampiran 14 Koefisien Determinasi.....	103
Lampiran 15 Gambar Nilai T	106
Lampiran 16 Gambar Nilai F	107
Lampiran 17 Gambar Value Of R Product Moment.....	108