

**ANALISA FAKTOR-FAKTOR MEMPENGARUHI MINAT BELI
DI TOKO ONLINE**

(Survey Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Bung Hatta)

SKRIPSI



Oleh:

Indah Anggraini

1510011111047

*Untuk memenuhi persyaratan
Mencapai gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Ekonomi Pembangunan*

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG
2021**

KATA PENGANTAR



Assalamuailaikum, wr.wb

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Analisa Faktor-faktor Mempengaruhi Minat Beli di Toko Online (Survey Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Bung Hatta)**”

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan, dorongan serta bimbingan dan berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Tafdil Husni, S.E., MBA selaku Rektor Universitas Bung Hatta.
2. Ibu Dr. Listiana Sri Mulatsih, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
3. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap., S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah membantu dan memberikan izin dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Dr. Irwan Muslim, S.E., MP selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan sabar serta meluangkan waktu, tenaga serta pikirannya dalam memberikan bimbingan serta arahan baik berupa ilmu, petunjuk maupun saran-saran yang sangat berguna bagi penulis, sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Antoni, S.E., M.E., PhD dan Ibu Nurul Huda, S.E., M.Si selaku Dosen penguji ujian komprehensif yang telah memberikan ilmu, serta masukkan yang sangat bermanfaat.

6. Dosen-dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan dan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang nantinya akan menjadi bekal ilmu di masa yang akan datang.
7. Orang tua tercinta dan tersayang terimakasih atas curahan kasih sayang, untaian do'a dan motivasi yang tiada henti dan sangat besar yang tak ternilai harganya.
8. Terima kasih Kepada Uda Afdhal Dhinill Haq yang telah membantu memenuhi kebutuhan-kebutuhan dalam penulisan.
9. Terima kasih Tesha Marlina yang telah membantu revisi penulisan.
10. Kepada abang, kakak dan saudara-saudara penulis terimakasih atas dukungan dan do'a yang diberikan selama ini Alhamdulillah berkat bantuan Moril serta materil akhirnya gelar Sarjana penulis raih.
11. Terima kasih kepada mahasiswa ekonomi pembangunan yang telah membantu penulis.
12. Terima kasih untuk semua pihak yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa Skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari kesempurnaan sehingga masih terdapat kekurangan. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak, demi kesempurnaan penulis pada masa yang akan datang. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan banyak orang. Aamiin.

Padang, Februari 2021

Indah Anggraini

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	ii
DAFTAR TABEL	iii
BAB I	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II	14
2.1. Landasan Teori	14
2.1.1 Minat Beli	14
2.1.2 Kepercayaan	15
2.1.3 Harga	15
2.1.4 Produk.....	15
2.1.5 Promosi.....	17
2.1.6 Teknologi Informasi	17
2.2. Keterkaitan Variabel Penelitian.....	18
2.2.1 Keterkaitan Antara Kepercayaan dengan Minat Beli Online ...	18
2.2.2 Keterkaitan Antara Harga dengan Minat Beli Online	19
2.2.3 Keterkaitan Antara Produk dengan Minat Beli Online	19
2.2.4 Keterkaitan Promosi dengan Minat Beli Online.....	20
2.2.5 Keterkaitan Antara Teknologi Informasi dengan Minat Beli Online	20
2.3. Penelitian Terdahulu.....	22
2.4. Model Kerangka Konseptual	36
2.5. Hipotesis	36
BAB III	38
3.1. Jenis Peneliti	38
3.2. Objek Penelitian	38
3.3. Jenis dan Sumber Data	39

3.4. Populasi dan Sampel	39
3.5. Definisi Operasional Variabel	41
3.5.1 Variabel Dependen (Y)	41
3.5.2 Variabel Independen (X).....	41
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	43
3.7. Skala Pengukuran Data.....	43
3.8. Metode Analisis Data	43
3.8.1 Analisa Deskriptif.....	43
3.8.2 Uji Validitas.....	42
3.8.3 Uji Reabilitas	45
3.8.4 Uji Asumsi Klasik	45
3.8.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	46
3.8.6 Koefisien Determinasi (R^2)	47
3.8.7 Uji Parsial (Uji t)	47
3.8.8 Uji Keseluruhan (Uji F).....	47
BAB IV	48
Karakteristik Responden.....	48
4.1.1 Analisis Deskriptif	48
4.1.1.1 Jenis Kelamin.....	48
4.1.1.2 Umur	49
4.1.1.3 Pendapatan Perbulan.....	49
4.1.1.4 Media Online yang Pernah Digunakan.....	50
4.1.1.5 Situs Online yang Pernah Dikunjungi.....	51
4.1.1.6 Barang yang Pernah dibeli Secara Online	52
4.1.1.7 Media Elektronik yang Digunakan Untuk Berbelanja Online ..	52
4.1.1.8 Seberapa Sering Melakukan Transaksi Belanja Online	
Dalam 1 Bulan	53
4.1.1.9 Siapakah yang Paling Berperan dalam Menentukan Pembelian	
Online.....	54
BAB V Hasil Penelitian.....	55
Hasil Penelitian	55
5.1.1 Uji Validitas.....	55
5.1.2 Uji Klasik	55

5.1.3 Uji Parsial (Uji t).....	61
5.1.4 Uji Keseluruhan (Uji F)	62
Pembahasan	63
5.2.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli di Toko Online.....	63
5.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang.....	64
5.2.3 Pengaruh Produk Terhadap Minat Beli di Toko Online	65
5.2.4 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli di Toko Online	65
5.2.5 Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Minat Beli di Toko Online.....	66
BAB VI Simpulan dan Saran	68
6.1 Kesimpulan.....	68
6.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR GAMBAR

No	Gambar	Halaman
1.1	Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia Tahun 1998-2017	2
1.2	Pengguna Internet Berdasar Wilayah di Indonesia Tahun 2017	3
3.1	Konsep yang Dikembangkan dalam Penelitian Ini	42
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	49
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	50
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Media Online yang Pernah Digunakan	50
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Situs Online yang Pernah Dikunjungi	51
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Barang yang Pernah Di Beli Secara Online	52
4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Media Elektronik yang Digunakan Untuk Berbelanja Online.....	53
4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Melakukan Transaksi Belanja Online dalam 1 Bulan.....	53
4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Siapakah yang Paling Berperan Dalam Memutuskan Pembelian Online	54
5.3	Uji Heterokedastisitas	56

DAFTAR TABEL

No	Tabel	Halaman
1.1	Data Olahan Kuisisioner Pra Survey	3
2.1	Mapping	25
5.1	Uji Validitas Responden	55
5.2	Uji Normalitas Data	56
5.3	Uji Multikolinearitas	57
5.4	Uji Regresi Linear Berganda.....	58
5.5	Uji Keseluruhan (Uji F)	62

