

**PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF DAN PERSEPSI
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP NIAT BERBELANJA
ONLINE DI KOTA PADANG
(Studi Kasus: Toko *Online* Cahaya-id.com)**

SKRIPSI



Oleh:

VIVIN HANDAYANI

1710011211070

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen*

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG
2021**

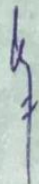
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta, menyatakan bahwa:

Nama : Vivin Handayani
NPM : 1710011211070
Program Studi : Strata Satu (S1)
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Berbelanja *Online* di Kota Padang (Studi Kasus: Toko *Online* *Cahaya-id.com*)

Telah disetujui skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah di uji dan telah dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada hari **Jumat, 30 Juli 2021**.

Pembimbing



Sefnedi, S.E., M.M., Ph.D

Disetujui oleh
PLT Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta



Dr. Handayani, S.T., M.T., IPM

**PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF DAN PERSEPSI
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP NIAT BERBELANJA
ONLINE DI KOTA PADANG
(Studi Kasus: Toko *Online* Cahaya-id.com)**

Vivin Handayani¹, Sefnedi²
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta
E-mail: vivinhandayani15@yahoo.com, sefnedi@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subjektif dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat berbelanja *online* di Kota Padang (studi kasus: Toko *Online* Cahaya-id.com). Sampel yang digunakan sebanyak 80 responden. Teknik penarikan sampel adalah *purposive sampling*. Data diolah menggunakan SPSS 20. Jenis data pada penelitian ini yaitu data kuantitatif. Sumber data yaitu data primer. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap niat berbelanja *online* di Kota Padang pada toko *online* Cahaya-id.com, norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat berbelanja *online* di Kota Padang pada toko *online* Cahaya-id.com dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat berbelanja *online* di Kota Padang pada toko *online* Cahaya-id.com.

Kata Kunci: Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kemudahan, Niat Berbelanja *Online*.

***THE EFFECT OF ATTITUDE, SUBJECTIVE NORMS AND PERCEIVED
EASE OF USE ON ONLINE SHOPPING INTENTION IN PADANG CITY
(Case Study: Cahaya-id.com online shop)***

Vivin Handayani¹, Sefnedi²

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail: vivinhandayani15@yahoo.com, sefnedi@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of attitudes, subjective norms and perceived ease of use on online shopping intentions in Padang city (case study: Cahaya-id.com online shop). The sample used was 80 respondents. The sampling technique is purposive sampling. The data is processed using SPSS 20. The type of data in this study is quantitative data. The data source is primary data. The results of this study indicate that attitudes have a positive effect on online shopping intentions in Padang city at the Cahaya-id.com online shop, subjective norms have a positive effect on online shopping intentions in Padang City at the Cahaya-id.com online shop and perceived ease of use has a positive effect on online shopping intentions in Padang city at the Cahaya-id.com online shop.

Keywords: Attitude, Subjective Norms, Perceived Ease of Use, Online Shopping Intention.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Literatur.....	9
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	9
2.1.2 Niat Berbelanja <i>Online</i>	11
2.1.2.1 Pengertian Niat Berbelanja <i>Online</i>	11
2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Berbelanja <i>Online</i>	12
2.1.2.3 Tahapan-Tahapan Niat Berbelanja <i>Online</i>	12
2.1.2.4 Aspek-Aspek Niat Berbelanja <i>Online</i>	13
2.1.3 Sikap.....	14
2.1.3.1 Pengertian Sikap.....	14

2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap.....	15
2.1.3.3 Karakteristik Sikap	15
2.1.3.4 Komponen Sikap	16
2.1.4 Norma Subjektif	17
2.1.4.1 Pengertian Norma Subjektif	17
2.1.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Norma Subjektif	18
2.1.4.3 Aspek-Aspek Norma Subjektif.....	19
2.1.4.4 Komponen Norma Subjektif.....	19
2.1.5 Persepsi Kemudahan Penggunaan	20
2.1.5.1 Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan	20
2.1.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	21
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	22
2.2.1 Pengaruh Sikap terhadap Niat Berbelanja <i>Online</i>	22
2.2.2 Pengaruh Norma Subjektif terhadap Niat Berbelanja <i>Online</i>	23
2.2.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Berbelanja <i>Online</i>	24
2.3 Kerangka Konseptual	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	26
3.2 Populasi dan Sampel.....	26
3.2.1 Populasi	26
3.2.2 Sampel	26
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	27
3.5 Definisi Operasional Variabel	27

3.5.1 Niat Berbelanja <i>Online</i> (Y)	27
3.5.2 Sikap (X ₁)	28
3.5.3 Norma Subjektif (X ₂)	28
3.5.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan (X ₃)	29
3.6 Pengukuran Instrumen	29
3.7 Teknik Analisis Data	29
3.7.1 Uji Validitas	30
3.7.2 Uji Reliabilitas	30
3.7.3 Analisis Deskriptif	30
3.7.4 Uji Asumsi Klasik	31
3.7.4.1 Uji Normalitas	31
3.7.4.2 Uji Linearitas	32
3.7.4.3 Uji Multikolinearitas	32
3.7.4.4 Uji Heteroskedastisitas	32
3.7.5 Koefisien Determinasi	33
3.7.6 Uji F	33
3.7.7 Uji T	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	34
4.1.1 Profil Responden	34
4.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	38
4.1.2.1 Niat Berbelanja <i>Online</i>	38
4.1.2.2 Sikap	40
4.1.2.3 Norma Subjektif	41
4.1.2.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan	42
4.1.3 Analisis Deskriptif	43

4.1.3.1 Niat Berbelanja <i>Online</i>	43
4.1.3.2 Sikap	44
4.1.3.3 Norma Subjektif	46
4.1.3.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan	47
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	48
4.1.4.1 Uji Normalitas	48
4.1.4.2 Uji Linearitas	49
4.1.4.3 Uji Multikolinearitas	50
4.1.4.4 Uji Heteroskedastisitas	50
4.1.5 Koefisien Determinasi	51
4.1.6 Uji F.....	52
4.1.7 Uji T.....	52
4.2 Pembahasan	54
4.2.1 Pengaruh Sikap terhadap Niat Berbelanja <i>Online</i>	54
4.2.2 Pengaruh Norma Subjektif terhadap Niat Berbelanja <i>Online</i>	56
4.2.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Berbelanja <i>Online</i>	57
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Implikasi Praktis.....	60
5.3 Keterbatasan dan Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Fenomena Niat Berbelanja <i>Online</i> melalui <i>Website</i> Cahaya.....	4
Tabel 3.1 Tabel Instrumen Skala <i>Likert</i>	29
Tabel 3.2 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR).....	31
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Umur Responden	35
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	36
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja <i>Online</i> dalam 3 Bulan Melalui <i>E-commerce</i>	36
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Domisili/Kecamatan	37
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Niat Berbelanja <i>Online</i>	38
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Sikap	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Norma Subjektif	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	42
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Niat Berbelanja <i>Online</i>	43
Tabel 4.11 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Sikap	45
Tabel 4.12 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Norma Subjektif.....	46
Tabel 4.13 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan .	47
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas.....	48
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Nilai Residual.....	49
Tabel 4.16 Hasil Uji Linearitas	49
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	50
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi	51
Tabel 4.20 Hasil Uji F	52
Tabel 4.21 Hasil Uji T	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	10
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Hasil Mapping Penelitian Terdahulu	71
Lampiran II Kuesioner Penelitian	88
Lampiran III Tabulasi Data	93
Lampiran IV Profil Responden	99
Lampiran V Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	101
Lampiran VI Analisis Deskriptif	104
Lampiran VII Uji Asumsi Klasik	106
Lampiran VIII Uji Hipotesis	109