

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
BELANJA PADA *ONLINE SHOP* DI KALANGAN
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMIKA DAN
BISNIS UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
(STUDI KASUS MAHASISWA PRODI EKONOMI PEMBANGUNAN
ANGKATAN 2017)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S1



Oleh

MARIA CHRISTIN LEONITA OEMATAN
NIM : 31117077

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
2021**

LEMBAR PENGESAHAN


Skripsi ini telah disetujui dan disahkan oleh Tim Pembimbing Skripsi dan telah diuji pada Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang guna melengkapi Tugas Akhir dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Kupang, November 2021

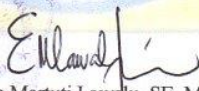
Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. M.E. Perseveranda, SE, M.Si
NIDN : 0818066703
Tanggal :


Adrianus Ketmoen, SE, MM
NIDN : 0812098901
Tanggal : 12/12/21

Mengetahui
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan







Emiliana Martuti Lawalu, SE, ME
NIDN : 0822038001
Tanggal : 14/12/2021

LEMBARAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah diterima dan disahkan dengan baik oleh Panitia Penguji Skripsi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira yang diselenggarakan pada :

Hari/Tanggal : Kamis, 18 November 2021
Tempat : *Conference Room*
Jam : 09.00-Selesai
Atas Nama : Maria Christin Leonita Oematan
No. Reegistrasi : 311 17 077
Dinyatakan : **LULUS**


PANITIA PENGUJI SKRIPSI

1. Ketua : Dr. M.E Perseveranda, SE, M.Si 
2. Sekretaris : Adrianus Ketmoen, SE, MM 
3. Penguji I : Dr. Henny A. Manafe, SE, MM 
4. Penguji II : Maria O. Veronica Moi, SE, M.Sc 
5. Penguji III : Dr. M.E Perseveranda, SE, M.Si 

MENGETAHUI

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Jou Sewa Adrianus, SE, MM
NIDN: 0809055901

Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan

Emiliana M. Lawalu, SE, ME
NIDN: 0822038001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya saya sendiri dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Kupang, November 2021



Maria Christin Leonita Oematan

NIM : 31117077

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

**Sukses adalah saat Persiapan dan kesempatan Bertemu
(Nonni)**

PERSEMBAHAN

Dengan penuh ungkapan syukur kepada Tuhan Yesus dan Bunda Maria,
penulis mempersembahkan skripsi ini untuk:

1. Bapak Alexander Oematan, Mama Walfrida Bitin Berek dan Opa Henderikus Oematan
2. Adik Yohanes Oematan, Riandi Oematan, dan Olgerio Oematan

ABSTRACT

This research was conducted by Maria Christin Leonita Oematan, NIM: 31117077 Development Economics Study Program under the guidance of I Mrs. Dr. ME Perseveranda SE.,M.Si and Advisor II Mr. Adrianus Ketmoen,SE.,MM With the title: "Factors Influencing Shopping at Online Shops Among Students of the Faculty of Economics and Business, Widya Mandira Catholic University (Case Study of Development Students Class of 2017).

The purpose of this study is to find out the description of online shopping as a way of shopping among students, to find out Internet technology, consumer trust and product quality partially have a significant effect on online shopping interest, to find out internet technology, consumer trust and product quality simultaneously have a significant effect on interest online shopping among 2017 Development Economics students.

This study uses descriptive analysis technique, which is an analysis that seeks to describe or provide an overview or explanation of the variables of internet technology, consumer confidence, and product quality, this test is expected to be able to estimate the validity and reliability of the data to be used in statistical tests of each research hypothesis, with the Data used Quantitative data is data obtained in the form of numbers from interviews with Development Economics students at Unwira Kupang. Primary data is data obtained directly from respondents, in this case several Unwira Kupang students who obtain their needs through online shopping.

The results obtained from the analysis of the F test or simultaneously the variables of internet technology, consumer confidence and product quality have a significant effect on online shopping interest because the calculated F probability value <0.05 (real level) and $F \text{ table } 2.87 < 35,40432$ (F count). The results of the partial t-test analysis Internet technology has a positive and insignificant effect on online shopping interest, consumer confidence has a positive and significant impact on online shopping interest and product quality has a positive and insignificant effect on online shopping interest. The coefficient of determination R^2 obtained Adjusted R^2 value of 0.725763 meaning that 72.25% of the dependent variable Online Shopping Interest can be explained by the variation of the independent variables Internet Technology, Consumer Trust and Product Quality. While the remaining 27.75% is explained by other things that are not included in the model such as Consumer Income, Consumer Taste, Education Level and Prices of Goods and Services.

Based the results of the research, the following suggestions are given: 1. The management of Indonesia's micro trend business development must improve the operating system device so that online shopping activities can be carried out optimally so that there is an increase in consumer online shopping satisfaction and profits for producers. 2 There needs to be a review of where the online goods offerings come from and are addressed to anyone on social networking media so that there is consistency between social network users in doing online shopping. 3 Using trusted security applications so as to reduce and limit cyber attacks or other online shopping fraud.

Keywords : Shopping, Online Shop, Internet Technology, Costumer Trust, Product Quality, Online Shopping Interest.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan oleh Maria Christin Leonita Oematan , NIM : 31117077 Program Studi Ekonomi Pembangunan dibawah bimbingan I Ibu. Dr. M. E. Perseveranda SE.,M.Si dan Pembimbing II Bapak Adrianus Ketmoen,SE.,MM Dengan judul : “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Belanja Pada Online Shop Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira (Studi Kasus Mahasiswa Pembangunan Angkatan 2017).

Tujuan dalam penelitian adalah Untuk mengetahui gambaran online shop sebagai cara berbelanja dikalangan mahasiswa , Untuk mengetahui Teknologi Internet, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat belanja online, Untuk mengetahui Teknologi Internet, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat belanja online dikalangan mahasiswa Ekonomi Pembangunan Angkatan 2017.

Penelitian ini menggunakan teknik Analisis deskriptif yaitu analisis yang berusaha untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran atau penjelasan tentang variabel teknologi internet, kepercayaan konsumen, dan kualitas produk, pengujian ini diharapkan mampu mengestimasi validitas dan realibilitas data yang akan digunakan dalam uji statistik setiap hipotesis penelitian, dengan jenis data yang digunakan Data kuantitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka dari hasil wawancara dengan mahasiswa Ekonomi Pembangunan Unwira Kupang. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden, dalam hal ini beberapa mahasiswa Unwira Kupang yang memperoleh kebutuhan melalui belanja secara *online*.

Hasil penelitian diperoleh hasil analisis uji F 35,40432 atau secara simultan variabel teknologi internet, Kepercayaan konsumen dan Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat belanja online dikarenakan nilai probabilitas F hitung $< 0,05$ (taraf nyata) dan F tabel $2,87 < 35,40432$ (F hitung). Hasil analisis uji t secara parsial Teknologi Internet berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Minat Belanja *Online*, Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Belanja *Online* dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Minat Belanja *Online*. Koefisien determinasi R^2 diperoleh nilai Adjusted R^2 sebesar 0.725763 artinya bahwa 72,25% variabel terikat Minat Belanja Online mampu dijelaskan oleh variasi variabel-variabel independen Teknologi Internet, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Produk. Sedangkan 27,75% sisanya dijelaskan oleh hal-hal lain yang tidak dimasukkan ke dalam model seperti Pendapatan Kosumen, Selera Konsumen, Tingkat Pendidikan dan Harga Barang dan Jasa.

Berdasarkan hasil penelitian maka di berikan saran sebagai berikut : 1. Teknologi Internet berpengaruh positif terhadap minat belanja *online*. Berdasarkan hasil tersebut maka mahasiswa harus lebih handal dalam menggunakan Teknologi Internet karena seiring perkembangan zaman maka teknologi internet juga akan mengalami perubahan-perubahan mengikuti perkembangan yang ada pada masanya. Sehingga mahasiswa juga tidak ketinggalan zaman dalam menggunakan teknologi internet. 2. Kepercayaan Kosumen berpengaruh positif terhadap minat belanja online berdasarkan hasil tersebut. Kepercayaan Konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan transaksi jual beli *online*. Hal ini di karenakan para konsumen hanya melihat produk dari internet tidak secara langsung sehingga para produsen harus menjaga kepercayaan dari pada konsumennya. 3.Kualitas Produk berpengaruh positif berdasarkan hasil tersebut maka pihak produsen dalam hal ini penjual *online shop* harus mempertahankan kualitas produk dari barang-barang yang mereka jual, sehingga para produsen dalam hal ini ditawarkan dan akan terus berbelanja dan tak perlu khawatir lagi.

Kata Kunci : Belanja, Online Shop, Teknologi Internet, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk, Minat Belanja Online

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan, karena atas Berkat, Rahmat dan Karunia-Nya, penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Belanja Pada *Online Shop* Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Angkatan 2017)”.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang harus diselesaikan oleh penulis sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira. Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak dan pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Pater Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira, bersama Wakil Rektor I, Wakil Rektor II, dan Wakil Rektor III yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Ekonomi Pembangunan
2. Bapak Jou Sewa Adrianus, SE, MM selaku Dekan dan Bapak Daniel Taolin, SE, M.si sebagai Wakil Dekan I, Wakil Dekan II Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira
3. Ibu Emiliana Martuti Lawalu, SE, ME selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widiya Mandira
4. Ibu Dr. M.E. Perseveranda, SE, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah

rela membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Adrianus Ketmoen, SE, MM selaku dosen pembimbing II yang telah rela meluangkan waktu untuk membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Alexander Oematan dan Mama Walfrida Bitin Berek, dan saudara-saudara Sing, Baba, Bun yang selalu memberikan motivasi dan dukungan doa.
7. Ibu Dr. Henny A. Manafe, SE, MM selaku dosen pembahas I seminar proposal sekaligus dosen penguji I Ujian Skripsi yang telah rela meluangkan waktu untuk membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Ibu Maria O. Veronica Moi, SE, M.Sc selaku dosen pembahas II seminar proposal sekaligus dosen penguji II yang telah rela meluangkan waktu untuk membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu segala masukan dan kritikan sangat diharapkan demi penyempurnaan skripsi ini.

Kupang, Desember 2021

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBARAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	x iv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Masyarakat	11
1.4.2 Mahasiswa dan Peneliti	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12

2.1.1	Teori Permintaan	12
	2.1.1.1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan	12
2.1.2	Sejarah <i>Online Shop</i>	15
2.1.3	Konsep <i>Online Shop</i>	16
	2.1.3.1 Manfaat <i>Online Shop</i> untuk Konsumen	16
	2.1.3.2 Manfaat <i>Online Shop</i> bagi pemasar	17
2.1.4	Teori Teknologi Internet	17
	2.1.4.1 Manfaat Teknologi Internet Untuk Para Mahasiswa	18
	2.1.4.2 Manfaat Teknologi Internet Secara Umum.....	19
	2.1.4.3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Teknologi Internet.....	20
2.1.5	Teori Kepercayaan Konsumen	20
2.1.6	Teori Kualitas Produk	22
	2.1.6.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	23
2.1.7	Teori Minat Belanja Online	24
	2.1.7.1 Aspek Minat Belanja.....	25
	2.1.7.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Belanja Online	26
2.1.8	Konsumsi	27
2.1.9	Promosi	28
2.1.10	Keputusan pembelian Online	29
2.1.11	Sistem Pembayaran	29
2.1.12	Produk	30
2.1.13	Harga.....	31
	2.1.13.1 Macam-macam Harga	31

2.1.14	Hubungan Antara Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen.....	34
2.1.14.1	Hubungan Teknologi Internet Terhadap Minat Belanja <i>Online</i>	32
2.1.14.2	Hubungan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Belanja <i>Online</i>	32
2.1.14.3	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Minat Belanja <i>Online</i>	32
2.2	Penelitian Terdahulu	33
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis	35
2.4	Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Tempat Dan Waktu Penelitian	38
3.2	Defenisi Operasional Variabel	38
3.3	Jenis Dan Sumber Data	40
3.3.1	Jenis Data	40
3.3.2	Sumber Data	40
3.4	Populasi Dan Sampel	41
3.4.1	Populasi	41
3.4.2	Sampel.....	41
3.5	Metode Pengumpulan Data	41
3.5.1	Kuesioner	41
3.5.2	Dokumentasi	41
3.6	Teknik Analisis	42
3.6.1	Analisis Deskriptif	42
3.6.2	Statistik Inferensial.....	42

3.6.2.1 Uji Asumsi Klasik	44
3.6.2.2 Normalitas	44
3.6.2.3 Multikolinearitas	45
3.6.2.4 Heteroskedastisitas	45
3.6.2.5 Autokorelasi	46
3.6.2.6 Uji Hipotesis	47
3.6.2.7 Uji signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	47
3.6.2.8 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)	49
3.6.2.9 Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	50
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	52
4.1 Gambaran Umum Universitas Katolik Widya Mandira Kupang....	52
4.1.1 Sejarah Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.....	52
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	54
5.1 Gambaran Umum Responden Penelitian	54
5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
5.2 Data Deskriptif	55
5.3 Uji Asumsi Klasik	61
5.3.1 Normalitas	61
5.3.2 Multikolineritas	62
5.3.3 Heteroskedastisitas	62
5.3.4 Autokorelasi	63
5.3.5 Uji Regresi Linear Berganda	63
5.3.6 Pengujian Hipotesis.....	65

5.3.6.1 Pengujian Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)....	66
5.3.6.2 Pengujian Koefisien Regresi Parsial (Uji t)	66
5.3.6.3 Koefisien Determinasi Goodness of fit test (R2)	68
5.4 Pembahasan.....	68
5.4.1 Pengaruh Teknologi Internet Terhadap Minat Belanja Online ..	68
5.4.2 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Belanja <i>Online</i>	70
5.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Belanja Online	71
BAB VI PENUTUP	73
6.1 Simpulan	73
6.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	38
Tabel 5.1 Jenis Kelamin Responden, Jumlah dan Persentase	54
Tabel 5.2 Usia Responden, Jumlah dan persentase.....	55
Tabel 5.3 Deskripsi Variabel Teknologi Internet X_1)	56
Tabel 5.4 Deskripsi Variabel Kepercayaan Konsumen (X_2).....	57
Table 5.5 Kualitas Produk (X_3)	58
Tabel 5.6 Minat Belanja Online (Y).....	60
Tabel 5.7 Uji Normalitas	61
Tabel 5.8 Uji Multikolineritas.....	62
Tabel 5.9 Uji Heteroskedastisitas.....	62
Tabel 5.10 Uji Autokorelasi Durbin-Watson (DW).....	63
Tabel 5.11 Hasil Analisis Regresi Linear berganda.....	64
Tabel 5.12 Uji F	66
Tabel 5.13 Uji t	67
Tabel 5. 14 R Squaread	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	37
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Program Studi Ekonomi Pembangunan UNWIRA.....	53