

**Faktor – Faktor yang Memengaruhi Sikap Konsumen
Terhadap Niat Berperilaku Dalam Berbelanja *Online* di
Heymale.id**

**(Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta)**



Disusun Oleh :

I Made Setia Adi Darmawan

NPM : 170323485

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2021

LEMBAR PERSTUJUAN
Skripsi

**Faktor – Faktor yang Memengaruhi Sikap Konsumen Terhadap Niat
Berperilaku Dalam Berbelanja *Online* di Heymale.id**

**(Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma
Jaya Yogyakarta)**



Disusun Oleh :

I Made Setia Adi Darmawan

NPM : 170323485

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing

ACC 13/10/2021

C.Jarot Priyogutomo.Drs.,MBA.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



**FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA**
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

SURAT KETERANGAN

No. 1296/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 5 November 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|---|-----------------|
| 1. Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. | (Ketua Penguji) |
| 2. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB., Ph.D. | (Anggota) |
| 3. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. | (Anggota) |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : I Made Setia Adi Darmawan

NPM : 170323485

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi I Made Setia Adi Darmawan telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Alamat
Kampus III Gedung Bonaventura
Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281

URL
<https://fbe.uajy.ac.id>

Kontak
Telepon : +62-274-487711 ext. 3120, 3127
Fax : +62-274-485227
Surel : fbe@uajy.ac.id



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

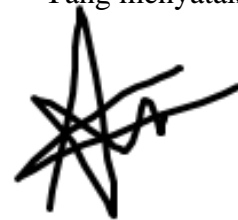
Faktor – Faktor yang Memengaruhi Sikap Konsumen Terhadap Niat Berperilaku Dalam Berbelanja *Online* di Heymale.Id

(Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan maupun ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Denpasar, 7 September 2021

Yang menyatakan



I Made Setia Adi Darmawan

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkah dan anugreahNya, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Faktor – Faktor yang Memengaruhi Sikap Konsumen Terhadap Niat Berperilaku Dalam Berbelanja *Online* di Heymale.Id”.

Selama proses menulis tugas akhir ini, tidak terlepas dari pihak-pihak yang memberikan dukungan, doa, pencerahan dan motivasi. Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih. Untuk itu dengan hati yang tulus peneliti menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa karena berkat serta karunia-Nya dari awal penentuan topik penelitian hingga penelitian ini selesai dapat terselesaikan dengan baik .
2. Bapak C.Jarot Priyogutomo.Drs.,MBA., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan saran kepada peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir.
3. Ibu, Bapak, Tia, dan Keluarga besar yang telah memberikan dukungan, doa, dan motivasi kepada peneliti selama menyusun tugas akhir.
4. Seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bsinis Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membimbing dan membagikan wawasan serta pengetahuan kepada peneliti selama studi.
5. Teman-teman Bali dan Jogja (Gobi, Genta, Dhana, Baba, Evan, Kumara, Era, Windi, Baskor, suras, ari, epa dll) yang telah mendukung, memberikan semangat, doa serta menghibur saya selama menulis tugas akhir.
6. Seluruh responden penelitian yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
7. Keluarga besar KMHD Mahatma yang telah menjadi keluarga, dan memberikan dukungan serta semangat dari awal perkuliahan. Sangat senang dan berterima kasih kepada teman-teman yang telah mempercayakan

peneliti menjalankan tugas di divisi publikasi dan komunikasi selama satu tahun.

8. Keluarga Besar Atma Jaya Photography Club yang sudah memberikan kesempatan berdinamika, pengalaman, pembelajaran yang bermakna diluar perkuliahan dan memberikan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan perkuliahan.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih telah memberikan dukungan yang luar biasa bagi peneliti.

Dengan demikian, peneliti mengucapkan terima kasih atas doa, dukungan yang telah diberikan. Tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan peneliti berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi setiap orang yang membacanya.

Denpasar, 7 September 2021



I Made Setia Adi Darmawan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSTUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.1.1. Rumusan Masalah.....	6
1.1.2. Batasan Masalah	7
1.1.3. Tujuan Penelitian	7
1.1.4. Manfaat Penelitian	7
1.1.5. Sistematika Penulisan Penelitian.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Norma Subjektif.....	9
2.1.2 Desain Web.....	10
2.1.3 Deskripsi Produk.....	11
2.1.4 Ulasan Konsumen	11
2.1.5 Sikap	12
2.1.6 Niat Berperilaku.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Kerangka Penelitian	16
2.4 Hipotesis Penelitian	17

2.4.1	Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Sikap Konsumen	17
2.4.2	Pengaruh Desain Web Terhadap Sikap Konsumen	18
2.4.3	Pengaruh Deskripsi Produk Terhadap Sikap Konsumen	18
2.4.4	Pengaruh Ulasan Konsumen Terhadap Sikap Konsumen.....	18
2.4.5	Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Niat Berperilaku	19
BAB III		20
METODE PENELITIAN.....		20
3.1.	Jenis Penelitian.....	20
3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian	20
3.2.1	Populasi Penelitian.....	20
3.2.2	Sampel Penelitian.....	20
3.3.	Metode Pengambilan Sampel.....	20
3.4.	Sumber Data	21
3.5.	Metode Pengambilan Data	21
3.6.	Definisi Oprasional	23
3.7.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	28
3.7.1	Uji Validitas	28
3.7.2	Uji Reliabilitas	30
3.8.	Metode Analisis Data	31
3.8.1	Analisis Deskriptif	31
3.8.2	Analisis Regresi Berganda.....	33
3.8.3	Uji F (Uji Simultan)	33
3.8.4	Uji t (Uji Parsial).....	33
3.8.5	Uji Koefisien Determinasi	34
BAB IV		35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		35
4.1	Analisis Profil Responden.....	35
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	36
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Angkatan	36
4.1.4	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Dalam Sebulan	37

4.1.5	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Mengunjungi.....	38
4.2	Analisis Deskriptif Statistik Variabel.....	39
4.3	Pengujian Hipotesis.....	42
4.3.1	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	43
4.3.2	Hasil Uji Parsial (Uji T).....	44
4.3.3	Hasil Uji Koefisien Determinasi	45
4.3.4	Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Sikap Konsumen	45
4.3.5	Pengaruh Desain Web Terhadap Sikap Konsumen	46
4.3.6	Pengaruh Deskripsi Produk Terhadap Sikap Konsumen	46
4.3.7	Pengaruh Ulasan Konsumen Terhadap Sikap Konsumen.....	47
4.3.8	Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Niat Berperilaku	47
PENUTUP		48
5.1	Kesimpulan.....	48
5.2	Implikasi Manajerial.....	50
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	51
5.4	Saran	51
DAFTAR PUSTAKA		53
LAMPIRAN 1 KUESIONER		57

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Definisi Oprasional Variabel	23
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	28
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	31
Tabel 3.4 Kriteria Kelas Interval	32
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Angkatan	37
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Sebulan	37
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Mengunjungi	38
Tabel 4.6 Kelas Interval	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Deskriptif Variabel	40
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Berganda	42
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Sederhana	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat Pertumbuhan Internet di Dunia 2020.....	2
Gambar 1.2 Tujuan Mengakses Internet di Perkotaan dan Pedesaan Tahun 2020 .	3
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	17



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	59
Lampiran 2. Kuesioner	62
Lampiran 3. Jawaban Responden	71
Lampiran 4. Hasil Olah Data	116



Faktor – Faktor yang Memengaruhi Sikap Konsumen Terhadap Niat Berperilaku Dalam Berbelanja *Online* di Heymale.Id

(Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Desain Web, Norma Subjektif, Ulasan Konsumen, Deskripsi Produk, Sikap terhadap Niat Berperilaku dalam berbelanja *online* di Heymale.id dikalangan mahasiswa S1 Fakultas Bisnis dan Ekonomika Yogyakarta Universitas Atma Jaya Yogyakarta . Responden penelitian ini berjumlah 205 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* serta pengumpulan data melalui kuesioner dalam bentuk *google forms* menggunakan skala *likert* 5 poin. Analisis data dilakukan dengan metode analisis regresi linier berganda dengan software SPSS versi 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Desain Web, Norma Subjektif, Ulasan Konsumen, Sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berperilaku. Deskripsi Produk tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berperilaku.

Kata Kunci : *Desain Web, Norma Subjektif, Ulasan Konsumen, Deskripsi Produk, Sikap, Niat Berperilaku*