

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
NIAT BELI DI TOKO ONLINE SHOPEE**



**Disusun oleh:**

**PUTU ADLYNE SHAFIRA MAHESWARI**

**170323659**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2021**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
NIAT BELI DI TOKO ONLINE SHOPEE**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:**

**PUTU ADLYNE SHAFIRA MAHESWARI**

**NPM: 170323659**

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

**Maret 2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN  
SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
NIAT BELI DI TOKO ONLINE SHOPEE**



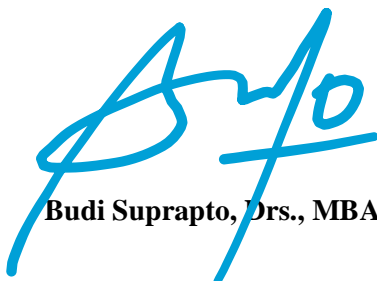
**Disusun oleh:**

**PUTU ADLYNE SHAFIRA MAHESWARI**

**NPM: 170323659**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**



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

## **LEMBAR PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul

### **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BELI DI TOKO ONLINE SHOPEE**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila dikemudian 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.

Yogyakarta, 04 Oktober 2021

Yang menyatakan



**Putu Adlyne Shafira Maheswari**



**SURAT KETERANGAN**

**No. 1297/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 : Putu Adlyne Shafira Maheswari

NPM : 170323659

Dinyatakan

**Lulus Dengan Revisi**

Pada saat ini skripsi Putu Adlyne Shafira Maheswari 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,



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](mailto:fbe@uajy.ac.id)



## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa dan segala ciptaanNYA. Saya dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Beli di Toko Online Shopee sebagai objek penelitian. Penulisan penelitian ini dilakukan sebagai pemenuhan salah satu prasyarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam proses menulis tugas akhir ini, tidak terlepas dari pihak-pihak yang memberi dukungan, semangat dan pencerahan. Maka dari itu saya ingin menyampaikan rasa terima kasih saya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia yang diberikan kepada penulis sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Mama, Papa, Kakek, dan Nenek yang telah memberi support dan motivasi selama proses menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak Budi Suprpto, Drs., MBA., Ph.D. yang telah memberikan dukungan dan semangat serta meluangkan waktunya untuk membimbing penulis selama proses menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Teman-teman, sepupu, serta saudara-saudara yang lain yang telah bersedia menemani, memberi dukungan dan mendengarkan keluh kesah penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Demikian kata pengantar yang dapat penulis sampaikan. Semoga dengan adanya skripsi dapat berguna bagi pembaca, pelaku bisnis, serta teman-teman mahasiswa. Apabila terdapat kekurangan dalam skripsi ini, maka diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Terima kasih sekali lagi bagi seluruh pihak yang terlibat. Tuhan memberkati.

## DAFTAR ISI

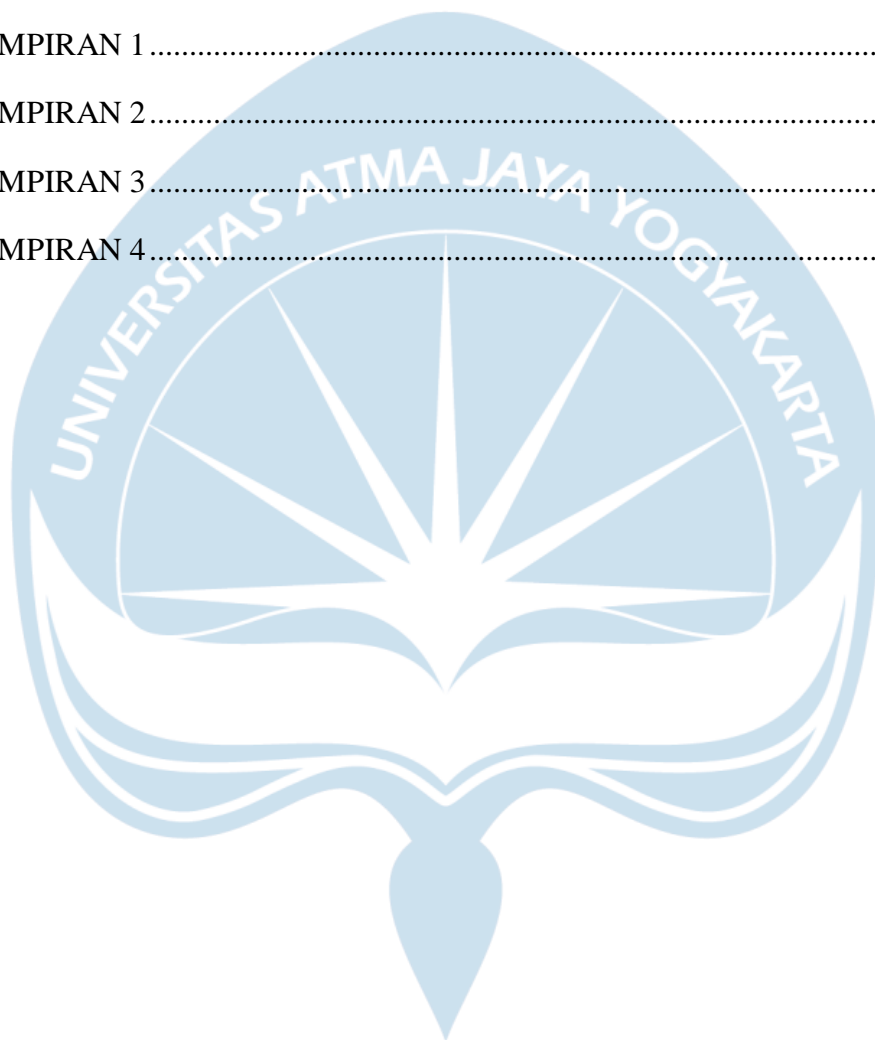
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
HALAMAN INTISARI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	3
1.4.2 Manfaat Praktis.....	3
1.5 Batasan Masalah.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 E-Commerce.....	5
2.1.1 Pengertian E-Commerce.....	5
2.1.2 Jenis-jenis E-commerce.....	5
2.2 Kepercayaan Konsumen.....	7
2.3 Referensi Kelompok.....	8

2.4 Risiko yang Dirasakan.....	8
2.5 Kesadaran Pengendalian Perilaku .....	9
2.6 Kompetensi Bisnis.....	10
2.7 Kegunaan dan Kenyamanan .....	11
2.8 Niat beli .....	11
2.8.1 Pengertian Niat Beli.....	11
2.8.2 Faktor yang memengaruhi Niat beli .....	12
2.9 Penelitian Terdahulu.....	13
2.10 Pengembangan Hipotesis.....	15
2.10.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Beli.....	15
2.10.2 Pengaruh Risiko yang Dirasakan Terhadap Niat Beli .....	15
2.10.3 Pengaruh Referensi kelompok Terhadap Niat Beli .....	16
2.10.4 Pengaruh Kesadaran Pengendalian Perilaku Terhadap Niat Beli .....	16
2.10.5 Pengaruh Kompetensi Bisnis Terhadap Niat Beli .....	17
2.10.6 Pengaruh Kegunaan dan Kenyamanan Terhadap Niat Beli.....	17
2.11 Model kerangka penelitian .....	18
<b>BAB III METODOLOGI .....</b>	<b>19</b>
3.1 Desain Penelitian.....	19
3.1.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	19
3.1.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	19
3.1.3 Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.2 Metode Sampling.....	20
3.3 Definisi Operasional.....	21
3.4 Pengujian Instrumen Penelitian.....	22
3.4.1 Uji Reliabilitas .....	22
3.4.2 Uji Validitas.....	22



3.5 Metode Analisis Data .....	23
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	23
3.5.2 Analisis Regresi Berganda.....	25
3.5.3 Uji Kelayakan Model ( <i>Goodness Of Fit</i> ).....	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	27
4.1 Analisis Statistik Deskriptif Responden .....	27
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	27
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	28
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi berbelanja di Shoppe dalam sebulan. ....	29
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Estimasi uang yang dihabiskan saat berbelanja online dalam sekali transaksi .....	29
4.2 Instrumen Penelitian dan Pengujian .....	30
4.2.1 Uji Validitas .....	30
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	31
4.3 Hasil penelitian.....	32
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	32
4.3.2 Analisis Regresi Berganda.....	36
4.3.3 Uji Kelayakan Model ( <i>Goodness Of Fit</i> ).....	37
4.4 Pembahasan .....	39
4.4.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Beli.....	39
4.4.2 Pengaruh Risiko Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli di Shopee .....	40
4.4.3 Pengaruh Referensi Kelompok Terhadap Niat Beli .....	40
4.4.4 Pengaruh Kesadaran Pengendalian Perilaku Terhadap Niat Beli .....	41
4.4.5 Pengaruh Kompetensi Bisnis Terhadap Niat Beli .....	42
4.4.6 Pengaruh Kegunaan Dan Kenyamanan Terhadap Niat Beli.....	43

BAB V PENUTUP .....	45
5.1 Kesimpulan.....	45
5.2 Implikasi Manajerial.....	45
5.3 Saran dan Keterbatasan Penelitian .....	47
DAFTAR PUSTAKA .....	48
LAMPIRAN 1 .....	52
LAMPIRAN 2 .....	55
LAMPIRAN 3 .....	76
LAMPIRAN 4 .....	83



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 3. 1 Contoh Kuisoner Penelitian .....	20
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	21
Tabel 3. 3 Ketentuan Uji Durbin-Watson.....	24
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	27
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin.....	28
Tabel 4. 3 Frekuensi Kunjungan .....	29
Tabel 4. 4 Estimasi Uang belanja.....	29
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas.....	30
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas .....	32
Tabel 4. 7 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	33
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolonieritas .....	34
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Autikolerasi .....	35
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	36
Tabel 4. 11 Hasil Uji F-Test.....	37
Tabel 4. 12 Hasil Uji T-Test .....	38

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian .....	18
Gambar 4. 1 Grafik Scatterplot.....	35



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	52
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	55
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	76
Lampiran 4 Hasil Regresi dan Uji Asumsi Klasik .....	83



## HALAMAN INTISARI

### FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BELI DI TOKO ONLINE SHOPEE

Disusun oleh:

**Putu Adlyne Shafira Maheswari**

**NPM: 170323659**

**Pembimbing**

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

#### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kepercayaan (X1), risiko yang dirasakan (X2), refrensi kelompok (X3), kesadaran pengendalian prilaku (X4), kompetensi bisnis (X5) serta kegunaan dan kenyamanan (X6) terhadap niat beli di toko online Shopee. Teknik pengumpulan data yang digunakan tehnik kuesioner dengan 100 responden yang selanjutnya dianalisa dengan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa kepercayaan (X1), refrensi kelompok (X3), kesadaran pengendalian prilaku (X4), kompetensi bisnis (X5) serta kegunaan dan kenyamanan (X6) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli, sedangkan risiko yang dirasakan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen.

**Kata Kunci: kepercayaan, risiko yang dirasakan, refrensi kelompok, kesadaran pengendalian prilaku, kompetensi bisnis, serta kegunaan dan kenyamanan dan niat beli**