

**Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Minat Pembelian
Online Pada Website Bukalapak.com
(Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Jepara)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.

Disusun Oleh:

HARYADI WIDIYANTO

NIM. 131110000548

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA
JEPARA
2016**

Halaman Persetujuan
Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Minat Pembelian *Online*
Pada *Website* Bukalapak.com
(Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Jepara)

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan
dihadapan tim penguji skripsi program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Nama Penyusun : Haryadi Widiyanto
NIM : 131110000548
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Nurul Komaryatin, SE, M.Si.

Hadi Ismanto SE, MM.

NIY. 002 097 003

NIY. 180 122 911 075

Tgl 30 Maret 2016

Tgl 31 Maret 2016

Halaman Pengesahan
Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Minat Pembelian *Online*
Pada *Website* Bukalapak.com
(Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Jepara)

Nama Penyusun : Haryadi Widiyanto
NIM : 131110000548
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepera.
Pada hari senin tanggal 04 april 2016

Penguji I

Penguji II

Much. Imron, S.E., MM.
NIY. 002 097 001

Anna Widiastuti, S.E., M.Si.
NIY 002 098 005

Mengesahkan
Ketua
Program Studi Manajemen

Hadi Ismanto, SE., MM
NIY. 002 008 025

Pernyataan Keaslian Karya Tulis Skripsi

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari Program S-1 jurusan Manajemen seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar Strata 1 (S-1) dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nahdlatul Ulama Jepara maupun dari perguruan tinggi lain.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Skripsi berjudul : “Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Minat Pembelian Online pada Website bukalapak.Com (Studi Kasus pada Masyarakat Di Kota Jepara)”.
2. Saya juga mengakui bahwa hasil karya akhir ini, dapat diselesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing saya yaitu:
 - a. Nurul Komaryatin, SE, M.Si.
 - b. Hadi Ismanto, SE, MM.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima **PENCABUTAN GELAR AKADEMIK** yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Jepara, 1 April 2016

Haryadi Widiyanto

NIM : 131110000548

Motto

**Salah satu tanda orang yang berpikir biasanya adalah tertawa
paling akhir**

**Dream what you dare to dream, go where you want to go, Be what
you want to be**

Abstraksi

Perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi saat ini memberikan pengaruh besar pada berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satunya adalah adanya internet yang dimanfaatkan untuk kegiatan jual beli secara *online*. Melalui internet, transaksi jual beli menjadi lebih mudah dan cepat. Salah satu *website* jual beli *online* yang ada saat ini adalah *bukalapak.com*. Sama halnya dengan jual beli secara konvensional, jual beli *online* di *bukalapak* juga dipengaruhi oleh beberapa faktor. Penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembelian *online* pada *website* *bukalapak.com*.

Variabel bebas (*independent*) pada penelitian ini terdiri kualitas laman (X1), persepsi risiko (X2), persepsi kemudahan (X3) dan persepsi produk (X4). Sedangkan variabel terikat (*dependent*) penelitian ini adalah minat beli online masyarakat Jepara pada *website* *bukalapak.com*. Sampel berjumlah 96 responden yang diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sehingga sampel yang diambil sesuai dengan kriteria penelitian guna tercapainya tujuan penelitian. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda hasilnya yaitu $Y = 0,070 + 0,076X1 + 0,304X2 + 0,172X3 + 0,379X4 + e$.

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, dapat diketahui bahwa variabel independen yang paling besar berpengaruh terhadap variabel dependen (minat beli online) adalah variabel kualitas produk (0,379), diikuti oleh variabel persepsi risiko (0,304), lalu variabel persepsi kemudahan (0,172), dan yang terakhir adalah variabel persepsi kualitas laman (0,076). Koefisien korelasi dan determinasinya Untuk R bernilai 0,769, artinya baik karena mendekati nilai 1, dan untuk *adjusted R2* bernilai 0,57, artinya 57,3% faktor yang mempengaruhi minat beli online masyarakat Jepara di *bukalapak.com* dapat dijelaskan oleh faktor kualitas laman, persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan kualitas produk. Sedangkan 42,7% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis. Variabel independen positif dan signifikan ($<0,050$) dengan nilai sig kualitas produk (0,000), persepsi risiko (0,008), persepsi kemudahan (0,012), dan kualitas laman (0,040)

Kata Kunci : Minat beli online, kualitas laman, persepsi risiko, persepsi kemudahan, kualitas produk.

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala berkah dan limpahan rahmat-Nya serta sholawat dan salam kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Minat Pembelian *Online* Pada Website Bukalapak.com (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Jepara)”**, sebagai syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata1 (S1) pada Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.

Dalam penyusunan skripsi ini terdapat begitu banyak proses yang penulis lewati. Dan tentu saja proses tersebut tidak dapat untuk dijalani tanpa bantuan dan dukung pada pihak-pihak tertentu. Maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Yth. Prof. Dr. KH. Muhtarom HM (Rektor UNISNU Jepara) yang telah memberikan segala kebijakan dalam menjalankan institusi.
2. Yth. Bapak Much. Imron, SE., MM. (selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara) atas segala kebijakan teknis di tingkat Fakultas.
3. Yth. Ibu Nurul Komaryatin, SE, M.Si. selaku pembimbing, terima kasih atas segala kesabaran dan ketulusannya membimbing serta mengarahkan penulis dari awal sampai proses paling akhir dalam penulisan skripsi ini.
4. Yth. Bapak Hadi Ismanto, S.E., M.M. selaku pembimbing II sekaligus Kaprodi Manajemen yang telah banyak memberikan nasehat, motivasi dan arahan bagi penulis selama ini.

5. Yth. Ibu Bening Kristyassari, S.E. selaku wali studi penulis, terima kasih atas kebijakan dan kesabarannya menasihati dan membimbing penulis selama kuliah.
6. Segenap Bapak dan Ibu Dosen serta staff di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara yang telah membekali berbagai pengalaman dan pengetahuan selama penulis kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara.
7. Sembah sujud kuhaturkan kepada Ibunda Wiwik dan Ayahanda Adi Sulistyarso selaku orang tua tercinta, terima kasih yang mendalam atas perjuangannya yang gigih membesarkan, mendidik, menyayangi serta mendo'akan ananda dengan tulus.
8. Untuk adikku Siska Nurhayati yang selama ini membantu proses pengerjaan skripsi ini.
9. Kepada Ihyaul, Deru, Fial dan teman-teman yang selama ini ikut membantu maupun berjuang bersama. Semoga kita semua menjadi pribadi yang sukses.
10. Kepada Siti Qudsiyah yang selalu mengingatkan penulis, memberikan semangat dukungan dengan segala kesabaran dan kasih sayang dalam keadaan apapun.
11. Serta semua pihak yang telah banyak membantu penulis. Rasanya sulit untuk membalas segala kebaikan kalian. Semoga semua kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan menjadi amal shaleh dan mendapat imbalan yang sepatasnya dari Allah SWT. *Jazakumullohu Ahsanul Jaza*, Amin.

Penulis menyadari masih adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun masih penulis harapkan. Demikian sedikit kata dari penulis dapat bermanfaat bagi semua pihak, amin.

Jepara, 22 maret 2016

Penulis

Haryadi Widiyanto

NIM. 131110000548

Daftar Isi

Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Pernyataan Keaslian Karya Tulis Skripsi.....	iv
Motto.....	v
Abstraksi	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.3. Rumusan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Pemasaran	8
2.1.2. <i>Internet</i>	10
2.1.3. <i>Electronic Commerce (E-Commerce)</i>	11

2.1.4.	Persepsi	12
2.1.5.	Kualitas laman.....	15
2.1.6.	Persepsi Risiko	19
2.1.7.	Persepsi Kemudahan.....	20
2.1.8.	Persepsi kualitas produk	20
2.1.9.	Minat beli	27
2.2.	Hasil Penelitian Terdahulu.....	36
2.3.	Kerangka Pemikiran Teoritis (KPT).....	38
2.4.	Perumusan Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN		40
3.1.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	40
3.2.	Jenis dan sumber data	42
3.2.1.	Data Primer	42
3.2.2.	Data Sekunder	42
3.3.	Populasi, jumlah sampel, dan teknik pengambilan sampel.....	42
3.3.1.	Populasi.....	42
3.3.2.	Sampel.....	43
3.3.3.	Teknik pengambilan sampel.....	44
3.4.	Metode Pengumpulan Data	44
3.4.1.	Metode Kuesioner.....	44
3.4.2.	Metode Studi Pustaka	45
3.4.3.	Metode Observasi	45
3.5.	Metode Pengolahan Data	46

3.5.1.	<i>Editing</i>	46
3.5.2.	<i>Coding (Pengkodean)</i>	47
3.5.3.	Pemberian skor atau nilai	47
3.5.4.	Tabulasi.....	47
3.6.	Metode Analisis Data.....	48
3.6.1.	Uji Validitas	48
3.6.2.	Uji Reliabilitas.....	48
3.6.3.	Koefisien Korelasi dan Koefisien Determeninasi	49
3.6.4.	Analisis Regresi Linear Berganda	49
3.6.5.	Uji F	50
3.6.6.	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		53
4.1.	Gambaran umum objek penelitian.....	53
4.1.1.	Sejarah dan perkembangan bukalapak.com	54
4.1.2.	Sistem Jual Beli di bukalapak.com.....	55
4.2.	Deskripsi responden.....	56
4.2.1.	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	56
4.2.2.	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	57
4.3.	Deskripsi variabel	58
4.3.1.	Variabel <i>Independent</i> (bebas).....	58
4.3.2.	Variabel <i>dependent</i> (terikat).....	59
4.4.	Analisis data	59
4.4.1.	Uji Validitas	59

4.4.2.	Uji Reliabilitas.....	61
4.4.3.	Koefisien Korelasi dan Koefisien Determeninasi	62
4.4.4.	Analisis Regresi Linear Berganda	63
4.4.5.	Uji F	67
4.4.6.	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	69
4.5.	Pembahasan.....	72
BAB V PENUTUPAN.....		76
5.1.	Kesimpulan.....	76
5.2.	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		81
a.	Buku Teks.....	81
b.	Jurnal	81
c.	<i>Internet</i>	82

Daftar Tabel

Tabel 1.1 : Pengguna <i>Internet</i> di Asia 30 juni 2015.....	1
Tabel 2.2 : Hasil Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 4.2.1: Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	56
Tabel 4.2.2 : Karakteristik responden berdasarkan usia.....	57
Tabel 4.2.3 : usia minimum dan usia maximum responden.....	57
Tabel 4.4.1 : Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.4.2 : Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.4.3 : Koefisien Korelasi dan Determinasi.....	62
Tabel 4.4.4 : Hasil Uji Regresi.....	64
Tabel 4.4.5 : Hasil uji F.....	68
Tabel 4.4.6 : Hasil analisis uji T.....	69

Daftar Gambar

Gambar 1. 1	: Grafik Ranking Situs Bukalapak.com di Alexa.....	4
Gambar 2. 1	: Alur Proses Pembelian.....	33
Gambar 2. 3	: Kerangka Pemikiran Teoritis (KPT)	38
Gambar 3.6.5	: Kurva Uji F.....	51
Gambar 3.6.6	: Uji t satu arah.....	52
Gambar 4. 1	: Tampilan website bukalapak.com.....	53
Gambar 4.4.5	: Kurva hasil uji F atau uji ANOVA.....	68
Gambar 4.4.6.1	: Kurva hasil uji t variabel kualitas laman.....	70
Gambar 4.4.6.2	: Kurva hasil uji t variabel persepsi risiko.....	70
Gambar 4.4.6.3	: Kurva hasil uji t variabel persepsi kemudahan.....	71
Gambar 4.4.6.4	: Kurva hasil uji t variabel kualitas produk.....	72

Daftar Lampiran

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Data Input Kuesioner

Lampiran 3 : Statistik Deskriptif Responden

Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5 : Koefisien Determinasi, Uji T, Uji F dan Regresi Linear Berganda

Lampiran 6 : Tabel r, f dan t