

**”Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online,
dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli
Secara Online (Studi Pada Konsumen Toko Online
JD, ID)”**

SKRIPSI

*Untuk Memenuhi Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*



Disusun Oleh :

Zainul Arifin

Npk : K.2015.1.33350
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Pemasaran

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKUCECWARA
MALANG
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli
Secara Online (Studi Pada Konsumen Toko Online JD.ID)

Oleh:

ZAINUL ARIFIN

K.2015.1.33350

Telah dipertahankan di depan dosen penguji
pada tanggal: 09 SEPTEMBER 2021 dan
dinyatakan LULUS

Menyetujui Dosen Pembimbing,

ttd

Drs.MARLI, MM.

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçeçwara,



Drs.BUNYAMIN, M.M., Ph.D

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 19-08-2021.



Mahasiswa

ttd

Jainul Arifin .

NPK: K. 2015.1.99950

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Segala puji bagi Allah SWT Rabb semesta alam, berkat rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam selalu tercurah kepada tauladan sepanjang masa, Nabi Muhammad SAW, beserta para keluarga, sahabat, dan para pengikutnya yang senantiasa istiqomah dalam sunnahnya hingga akhir jaman.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada STIE Malangkececwara ABM dengan judul Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Pada KonsumenToko Online JD.ID)

Malang, 9 September 2021
Penulis

Zainul Arifin

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa begitu banyak pihak yang telah turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Melalui kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak DRS.Bunyamin, M.M., Ph.D selaku Ketua STIE Malangkucewara ABM sekaligus sebagai Pembimbing Utama, yang telah bersedia meluangkan waktu dan membimbing penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Drs.Marli, MM. selaku Pembimbing skripsi sekaligus Pendamping, yang telah banyak memberikan motivasi dan dukungan selama penulis menjadi mahasiswa di STIE Malangkucewara ABM, terlebih lagi dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dr.SIWI DYAH RATNASARI, SE,MM.,CPTM,CAAC,CHRP selaku Dosen wali , yang telah banyak memberikan saran dan masukan yang membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini hingga akhir.
4. Dan kepada pihak-pihak lain yang telah begitu banyak membantu namun tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan berkah dan rahmat-Nya bagi kita semua, terima kasih untuk bantuannya selama ini, semoga juga dapat menjadi amal ibadah di hadapan-Nya. Amin.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kesalahan dalam penyusunan skripsi ini, oleh sebab itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan guna perbaikan di kemudian hari. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Malang, 9 September 2021
Penulis

Zainul Arifin

ABSTRACT

Opportunities to run an online business are increasingly open for business people in Indonesia. Online shopping makes it easier for consumers to shop to meet their needs without wasting time and effort. Because of this convenience, the online shop is in demand by the public.

The purpose of this study was to determine the shopping orientation, online trust, and purchase experience simultaneously affect buying interest at the JD.ID online store in Malang City. The population in this study were visitors to the JD.ID Online Store in Malang City. The sampling technique was carried out by the quoted sampling method, namely 97 customers. The data analysis technique used the classical assumption method, multiple regression analysis, f test and t test.

The results of the study prove that there is a direct influence of product quality and service quality on customer satisfaction and customer loyalty at the JD.ID Online Store. The results also prove that Based on the results of testing the first hypothesis which states that Shopping Orientation, Trust and Purchase Experience together have a significant influence on Purchase Interest at JD.ID.

Keywords: Shopping orientation, trust, buying experience, buying interest.

ABSTRAK

Peluang untuk menjalankan bisnis online semakin terbuka untuk pelaku bisnis di Indonesia. Online shopping membuat konsumen semakin mudah dalam berbelanja untuk memenuhi kebutuhannya tanpa menghabiskan waktu dan tenaga. Karena kemudahan inilah membuat online shop diminati oleh masyarakat.

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, dan Pengalaman Pembelian secara simultan berpengaruh Terhadap Minat Beli di Toko online JD.ID di Kota Malang. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung di Toko Online JD.ID di Kota Malang. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *quoted sampling* yakni sebanyak 97 orang pelanggan Teknik analisis data menggunakan metode asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji f dan uji t.

Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh langsung kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Toko Online JD.ID. Hasil penelitian juga membuktikan bahwa Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Orientasi Berbelanja, Kepercayaan dan Pengalaman Pembelian secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap Minat Beli di JD.ID.

Kata Kunci: Orientasi belanja, kepercayaan, pengalaman pembelian, minat beli.

SAMPUL.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
SURAT PENGESAHAN KEASLIAN.....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	Xiii
DAFTAR TABEL	
DAFTAR LAMPIRAN.....	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2.1 Tinjauan Teori.....	11
A. Pemasaran Online.....	11
B. Orientasi Belanja	14
C. Kepercayaan Konsumen.....	15
D. Pengalaman Pembelian	19
E. Minat Beli.....	20
F. Pengaruh Orientasi Belanja.....	23
G. Model Konseptual.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Variabel Definisi Operasional dan Pengukuran.....	25
3.3 Populasi dan Sampel	27
3.3.1 Metode Pengambilan Data	28
3.3.2 Uji Instrumen Penelitian.....	28
3.3.3 Metode Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Penyajian Data.....	34
4.2 Analisis Data dan Interpensi.....	52
4.3 Pengujian Hipotesis.....	62
4.4 Interpensi Hasil Penelitian.....	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	72
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	