

**”PENGARUH ORIENTASI BELANJA KONSUMEN TERHADAP
NIAT PEMBELIAN ONLINE DENGAN MODERASI NILAI
BARANG”**

SKRIPSI S-1



OLEH :

Lusiana Lieyanto

3103010029

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014**

**PENGARUH ORIENTASI BELANJA KONSUMEN TERHADAP
NIAT PEMBELIAN ONLINE DENGAN MODERASI NILAI
BARANG.**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**

OLEH :

LUSIANA LIEYANTO

3103010029

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH ORIENTASI BELANJA KONSUMEN TERHADAP NIAT
PEMBELIAN ONLINE DENGAN MODERASI NILAI BARANG.

Oleh :

Lusiana Lieyanto

3103010029

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan

Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si.

Tanggal :

Pembimbing II



Robertus Sigit, SE., M.Sc.

Tanggal:

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Lusiana Lieyanto

NRP 310301029

Telah diuji pada tanggal 23 Juli 2014 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji :



Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM

Mengetahui :



NIK. 321.99.0370.

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE, M, Si.

NIK. 311.99.0369.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lusiana Lieyanto.
NRP : 3103010029.
Judul Skripsi : Pengaruh orientasi belanja konsumen terhadap niat pembelian online dengan moderasi nilai barang.

Menyatakan tugas akhir skripsi ini merupakan karya tulis sendiri. Apabila terbukti karya ini plagiatisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala. Saya juga menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan di internet atau media lainnya (digital library perpustakaan Universitas Widya Mandala) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang undang Hak Cipta .

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 9 agustus 2014

Yang Menyatakan,



Lusiana Lieyanto

KATA PENGANTAR

Pada kesempatan ini, penulis memanjatkan segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas sebuah rahmat dan berkatnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik. Adapun tujuan penulisan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh orientasi belanja konsumen terhadap niat pembelian online dengan moderasi nilai barang” merupakan suatu syarat yang harus dipenuhi untuk bisa lulus dari Universitas Katolik Widya Mandala dan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE). Peneliti berharap tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua orang.

Selama peneliti menempuh kuliah di Universitas Katolik Widya Mandala jurusan manajemen ritel, peneliti merasakan manfaat dan kegunaan yang begitu banyak dan berarti dalam mempelajari ilmu ekonomi manajemen ini sehingga peneliti berharap akan mengimplementasikan pelajaran yang didapat selama kuliah dengan dunia kerja. Dari semua itu, peneliti menyadari banyak orang yang telah membantu dan memberi semangat kepada peneliti untuk bisa mengerjakan semua tugas kuliah termasuk tugas akhir skripsi ini sehingga peneliti mengucapkan banyak terima kasih atas dukungan dan dorongan semangat yang telah diberikan kepada peneliti terutama :

1. Dr.Lodovicus Lasdi,MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala.
2. Elisabeth Supriharyanti,SE, M,Si selaku ketua jurusan Management Universitas Katolik Widya Mandala.
3. Dr. Margaretha Ardhanari, SE,M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan pendapat dan saran serta membantu dan memeriksa tugas akhir skripsi.

4. Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE,M.Sc selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan pendapat dan saran serta membantu dan memeriksa tugas akhir skripsi.
5. Dra, Ec.Lydia Ari Widyarini,MM selaku dosen pembimbing yang telah membantu dalam pengerjaan tugas akhir skripsi .
6. Keluarga yang telah memberikan semangat dan doa agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, cepat dan benar.
7. Semua dosen dan tata usaha Universitas Katolik Widya Mandala yang telah mendidik dan membimbing penulis dari semester pertama sampai semester akhir.
8. Seluruh responden penelitian yang telah menyempatkan waktu dalam mengisi kuisisioner.
9. Petugas perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala yang telah baik meminjamkan buku buku selama peneliti menempuh kuliah.
10. Semua teman dan pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas dukungan dan bantuannya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dengan demikian, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang positif kepada seluruh pihak yang telah membaca skripsi ini.

Surabaya, 10 agustus 2014

Penulis

DAFTAR ISI.

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| ABSTRAK | xiii |
| BAB 1. PENDAHULUAN | 01 |
| 1.1 Latar Belakang | 01 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 05 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 05 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 05 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 05 |
| BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN..... | 07 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 07 |
| 2.2 Landasan Teori | 08 |
| 2.2.1 Niat Pembelian Online..... | 08 |
| 2.2.2 Orientasi Belanja | 11 |

| | |
|---|-----------|
| 2.2.3 Nilai Barang | 14 |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel..... | 18 |
| 2.3.1 Hubungan antar orientasi belanja dengan niat pembelian online | 18 |
| 2.3.2. Hubungan antar Nilai Barang dengan Niat pembelian Online..... | 19 |
| 2.3.2 Hubungan antar orientasi belanja dengan niat pembelian online yang dimoderasi oleh NilaiBarang..... | 20 |
| 2.4 Model Penelitian. | 21 |
| 2.5 Hipotesis. | 21 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN..... | 23 |
| 3.1 Jenis Penelitian. | 23 |
| 3.2 Identifikasi Variabel..... | 23 |
| 3.3 Definisi Operasional..... | 24 |
| 3.4 Pengukuran Variabel. | 26 |
| 3.5 Jenis dan Sumber Data. | 26 |
| 3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data..... | 27 |
| 3.7 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel..... | 27 |
| 3.8 Analisis Data. | 28 |
| 3.8.1 Uji Validitas. | 28 |
| 3.8.2 Uji Reliabilitas..... | 29 |
| 3.8.3 Analisis Regresi dengan Variabel Moderasi..... | 29 |
| 3.8.3.1 Regresi Moderasi..... | 31 |
| 3.8.3.2 Regresi Hirarkis. | 31 |
| BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN. | 32 |
| 4.1 Deskripsi Hasil Penelitian..... | 32 |

| | | |
|-------------------------------|---|----|
| 4.1.1 | Deksripsi Jenis Kelamin Responden..... | 32 |
| 4.1.2 | Deskripsi Usia Responden..... | 33 |
| 4.1.3 | Deskripsi Pekerjaan Responden | 33 |
| 4.2 | Analisis Data..... | 34 |
| 4.2.1 | Statistika Deskriptif | 34 |
| 4.2.1 | Uji Validitas Hasil Penelitian..... | 37 |
| 4.2.2 | Uji Reliabilitas Hasil Penelitian..... | 41 |
| 4.2.3 | Hasil Analisis Regresi Dengan Variabel Moderasi..... | 43 |
| 4.2.4 | Pengujian Hipotesis | 44 |
| 4.3 | Pembahasan..... | 46 |
| BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN..... | | 49 |
| 5.1 | Simpulan..... | 49 |
| 5.2 | Saran..... | 50 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 51 |
| LAMPIRAN..... | | |

DAFTAR TABEL.

| | |
|--|----|
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden..... | 31 |
| Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Umur..... | 32 |
| Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 32 |
| Tabel 4.4. Nilai <i>mean</i> dan standar deviasi indikator dari variabel orientasi belanja..... | 35 |
| Tabel 4.5 Nilai <i>mean</i> dan standar deviasi indikator dari variabel nilai barang | 36 |
| Tabel 4.6 Nilai <i>mean</i> dan standar deviasi indikator dari variabel niat pembelian online | 37 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Orientasi Belanja | 38 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Nilai Barang | 39 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Niat Pembelian Online..... | 40 |
| Tabel 4.10 Reliabilityy Statistic. | 41 |
| Tabel 4.11 Uji Reliabilitas. | 42 |
| Tabel 4.12 Coefficient. | 43 |
| Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Dengan Variabel Moderasi | 45 |

DAFTAR GAMBAR.

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Evaluasi Pembelian Dan Setelah Pembelian | 09 |
| Gambar 3.1 Ilustrasi Model Regresi Dengan Variabel Moderasi | 29 |

DAFTAR LAMPIRAN.

Lampiran 1. Kuisisioner

Lampiran 2. Profil Responden.

Lampiran 3. Data Input SPSS.

Lampiran 4. Data output SPSS.

Lampiran 5. Tabel F .

Lampiran 6. Tabel T.

ABSTRAK

Seiring banyaknya pengguna internet, Banyak toko online yang muncul di Indonesia. Banyak konsumen yang lebih memilih berbelanja di toko online karena harga produk online yang lebih murah daripada toko fisik dan berbelanja di toko online juga dapat menghemat waktu serta dapat dilakukan dimana saja. Semakin banyaknya konsumen yang tertarik dengan toko online maka akan dilakukan penelitian tentang niat pembelian online. Penelitian ini merupakan penelitian kausal yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara orientasi belanja konsumen, nilai barang dengan niat pembelian online. Populasinya adalah semua orang Surabaya yang pernah berbelanja online. Sampel yang digunakan berjumlah 120 orang konsumen yang pernah berbelanja di toko online.

Pada penelitian ini menggunakan model analisis regresi dengan variabel moderasi karena di dalam model penelitian terdapat variabel yang memoderasi hubungan antara orientasi belanja dan niat pembelian online yaitu nilai barang. Alat pengumpulan data dan metode yang digunakan adalah kuisioner lalu menyebarkan kuisioner tersebut. Objek yang dipakai adalah niat pembelian di toko online. Pada hasil survey yang diperoleh, orang dewasa lebih banyak melakukan belanja online. Konsumen berbelanja produk online yang dapat mendukung aktivitas sehari-hari. Pada penelitian ini telah ditemukan bahwa orientasi belanja tidak berpengaruh terhadap niat pembelian online tetapi orientasi belanja akan berpengaruh pada niat pembelian online jika dimoderasi oleh nilai barang.

Kata kunci : Orientasi Belanja, Nilai Barang dan niat pembelian online.

**THE EFFECT OF CONSUMER SHOPPING ORIENTATION
TOWARD ONLINE PURCHASE INTENTION MODERATED BY VALUE
OF GOODS**

ABSTRACT

As the number of Internet users, Many online stores are appearing in Indonesia. Many consumers who prefer to shop at online stores because in addition to the online product prices are cheaper than physical stores and shopping at the online store can also save time and can be done anywhere. Increasing number of consumers who are interested in the online store will do research on online purchase intentions. This study is a causal research which aimed to determine between consumer shopping orientation, value of goods, with online purchase intention. The population is all of Surabaya people who have done shopping online. The samples used were 120 consumers who've shopped in online store.

In this study using regression analysis with moderating variables models in the research model because there are variables that moderate the relationship between shopping orientations and online purchase intention, namely value of goods. Data collection tools and method used was the questionnaire and then distributed questionnaires. The object used intention to shop at online store. The survey results obtained, more adults doing online shopping. Consumer can shop online product that can support their daily activities. In this study has been found that the shopping orientation does not affect with online purchase intention but the shopping orientation will influence with online purchase intentions if moderated by the value of goods.

Keywords : Orientation Shopping, Value of Goods and Online Purchase Intention.