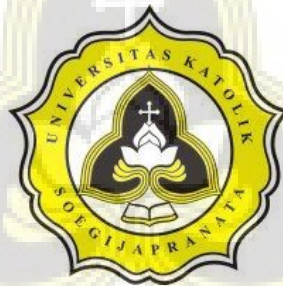


**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM
MELAKUKAN PEMBELIAN *ONLINE*”**
(Studi Pada *Specialist Girls Stuff Online Shop* di Semarang)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata



Disusun oleh :

Nama : Astrin Inggar Mayanita

NIM : 11.30.0084

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2015

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Astrin Inggar Mayanita
NIM : 11.30.0084
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM
MELAKUKAN PEMBELIAN *ONLINE* (STUDI PADA
SPECIALIST GIRLS STUFF ONLINE SHOP DI
SEMARANG)

Telah disetujui dan diterima dengan baik pada:

Semarang, 30 Oktober 2015

Dosen Pembimbing,

(Sentot Suciarto Athanasius, Ph.D.)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI DENGAN JUDUL:
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM
MELAKUKAN PEMBELIAN *ONLINE*
(Studi Pada *Specialist Girls Stuff Online Shop* di Semarang)**

Disusun oleh :

Nama : Astrin Inggar Mayanita

NIM : 11.30.0084

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada 30 Oktober 2015

Penguji 1

Tim Penguji,

Penguji 2

Penguji 3

(A. Haryo Perwito, SE.MA-TRM) (Widyanto, SE., MM.) (Sentot Suciarto A., Ph.D)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata

(Sentot Suciarto A., Ph.D)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Astrin Inggar Mayanita

NIM : 11.30.0084

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiasi, manipulasi, atau bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.

Semarang, 30 Oktober 2015

Astrin Inggar Mayanita

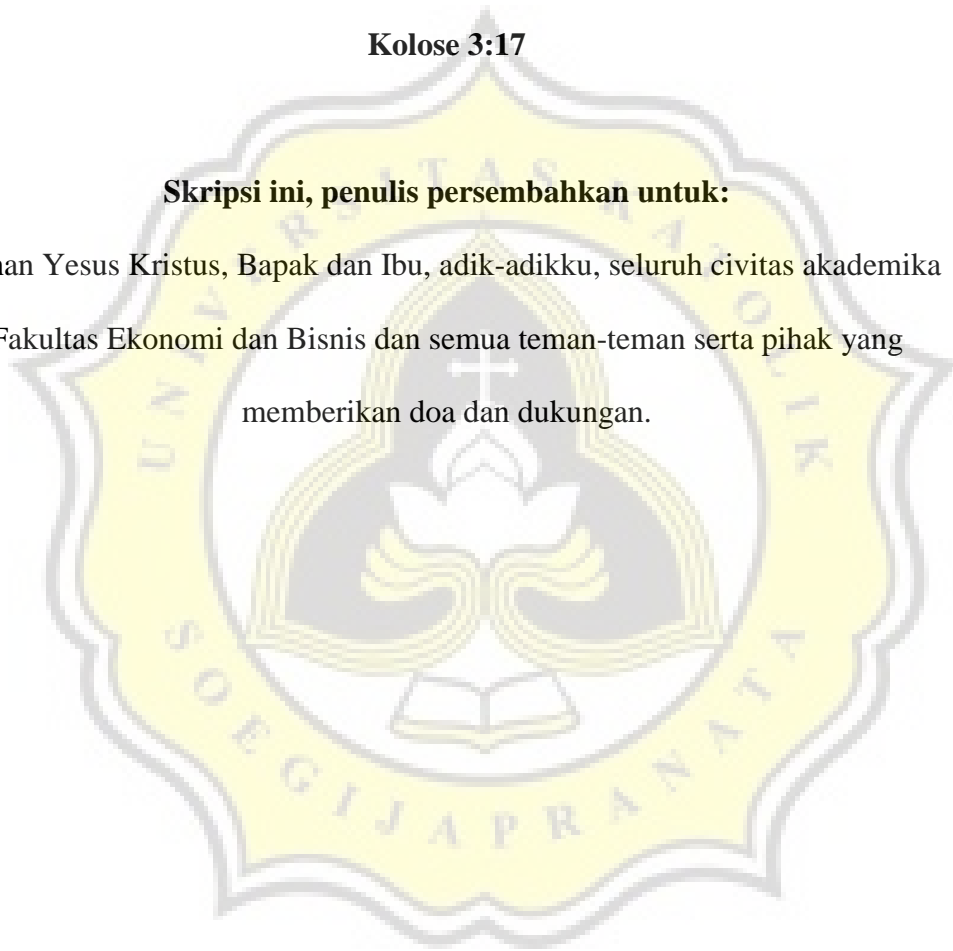
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“Dan segala sesuatu yang kamu lakukan dengan perkataan atau perbuatan,
lakukanlah semuanya itu dalam nama Tuhan Yesus, sambil mengucap
syukur oleh Dia kepada Allah, Bapa kita.”**

Kolose 3:17

Skripsi ini, penulis persembahkan untuk:

Tuhan Yesus Kristus, Bapak dan Ibu, adik-adikku, seluruh civitas akademika
Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan semua teman-teman serta pihak yang
memberikan doa dan dukungan.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pengaruh keputusan pembelian konsumen dalam melakukan pembelian *online* di *specialist girls stuff online shop* di Semarang dan untuk mengetahui faktor yang paling dominan dalam melakukan pembelian *online*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan mengajukan pertanyaan kepada responden. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Teknik Sampling yang diambil sebanyak 60 responden dan dibagikan kepada konsumen di 10 *online shop specialist girls stuff* di Semarang.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor dan diolah menggunakan software SPSS versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, penelitian ini mampu meringkas 22 variabel menjadi 6 faktor yaitu: Faktor Kemudahan, Faktor Usia dan Pemilihan Produk, Faktor Harga, Faktor Variasi Produk, Faktor Fisik Produk, dan Faktor Transaksi. Faktor yang paling dominan adalah Faktor Kemudahan karena faktor ini mempunyai nilai prosentase variance tertinggi dari ke lima faktor lainnya.

ABSTRACT

The aim of this research is to find out any factors that influence the customers in making purchases online in specialist girls stuff online shop in Semarang. Beside, the research intend to discover the dominant factor in making purchases online.

This research used questionnaires as a data collection techniques to the respondents in the other words, a purposive sampling method was used to collect data from the respondents. There were 60 respondents took part in this data collection from 10 girls stuff online shop in Semarang.

Finally, the data analysis used in this research was SPSS software version 20. Next, the result of this research indicated that the 22 variables are able to discovered six factors. Nevertheless, there six factors are Convenient Factor, Age and Product Selection Factor, Price Factor, Product Variation Factor, Physical Product Factor, and Transaction Factor. At last, the most dominant factor that has the highest variance percentage value is the Convenient Factor out of the other five factors.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memimpin, menyertai dan memampukan penulis untuk menyelesaikan seluruh proses penyusunan skripsi yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Melakukan Pembelian *Online***”

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa karya tulis ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini:

1. Orang tua penulis Bapak Drs. Mugiyo Hartono M.Pd. dan Ibu Titiek Inggar Wijayanti yang selalu memberikan semangat, masukan, doa, dana, serta nasehat untuk menyelesaikan skripsi ini dan adik-adik penulis Stella Inggar Yulita dan Trias Inggar Novita penulis mengucapkan terima kasih karena selalu memberikan semangat, hiburan dan doa.
2. Kekasihku Aston Harris Saputra yang senantiasa memberikan dukungan dan setia menjadi tempat berkeluh kesah penulis, terima kasih sayang.
3. Keluarga tersayang, Mami Rita, Cik Irene, Ko Rizal dan Kak Savira yang senantiasa memberikan hiburan, dukungan dan doa untuk penulis.
4. Teman-teman penulis yang membantu dan memberikan dukungan selama proses hingga selesai pembuatan skripsi ini serta memberikan

hiburan kepada penulis ketika penulis merasa jenuh, Desna, Ingrid, Tria, Reza, Adit, Imen, Bowo, Daniel, Dita, Oik, Alif dan teman-teman marketing angkatan 2011, terima kasih teman-teman kalian sangat luar biasa.

5. Bapak Sentot Suciarto A, Ph.D. selaku dosen pembimbing penulis yang sangat membantu dan selalu memberikan inspirasi kepada penulis.
6. Bapak Widyanto, SE., MM selaku dosen penguji dan Bapak Ant. Haryo Perwito, SE, MA-TRM selaku dosen penguji dan dosen wali penulis selama kuliah.
7. Semua responden yang sudah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan pemilik 10 *online shop* yang mengizinkan penulis untuk membagikan kuesioner kepada pelanggan.

Akhir kata, penulis menyadari penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan, untuk itu penulis mohon maaf apabila ada sesuatu yang kurang berkenan.

Semarang, Oktober 2015

Astrin Inggar Mayanita

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Skripsi.....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iii
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	iv
Halaman Motto dan Persembahan	v
Abstrak.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah Penelitian.....	5
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
BAB II. LANDASAN TEORI	7
2.1. Keputusan Pembelian.....	7
2.2. <i>E-commerce</i>	10
2.3. Pengertian <i>Online</i> dan <i>Online Shop</i>	12
2.4. Pembelian <i>Online</i>	13
2.5. Kerangka Pikir.....	14
2.6. Definisi Operasional.....	16
BAB. III METODE PENELITIAN	19
3.1. Obyek dan Lokasi.....	19
3.2. Populasi dan Sampel.....	19
3.2.1. Populasi Penelitian	19
3.2.2. Sampel dan Teknik Sampling.....	19
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	20
3.3.1. Sumber Data dan Jenis Data	20
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data	21

3.3.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	22
3.4. Teknik Analisis.....	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1. Identitas Responden.....	26
4.1.1. Umur Responden	26
4.1.2. Kota Asal Responden	27
4.1.3. Status Responden	28
4.2. Pembelian <i>Online</i> Responden.....	28
4.2.1. Pembelian <i>Online</i> Responden di 10 <i>Online Shop</i>	28
4.2.2. Pembelian <i>Online</i> Responden Dalam 3 Bulan Terakhir.....	30
4.2.3. Produk yang dibeli Responden 3 Bulan Terakhir	30
4.2.4. Produk yang Paling Sering dibeli Responden 3 Bulan Terakhir	31
4.2.5. Kisaran Harga Produk yang Paling Sering dibeli Responden.....	32
4.2.6. Cara Transaksi Pembayaran yang Paling Sering dilakukan Responden.....	32
4.2.7. Tanggapan Responden.....	33
4.3. Analisis Faktor.....	34
4.3.1. Pengujian Karakteristik Sampel.....	35
4.3.2. Communalities Dalam Analisis Faktor.....	37
4.3.3. Menentukan Jumlah Faktor	39
4.3.4. Rotasi Faktor	40
4.3.5. Pemberian Nama Faktor.....	44
BAB. V KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1. Kesimpulan.....	49
5.2. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Alasan Konsumen Membeli Produk Lewat <i>Online Shop</i>	4
Tabel 2.1 Jenis Tujuan Akhir Pembelian dan Proses Pemecahan Masalah	9
Tabel 2.2 Keuntungan Bagi Pengusaha dan Keuntungan Bagi Konsumen Dalam Bisnis <i>Online</i>	11
Tabel 2.3 Definisi Operasional.....	16
Tabel 3.1 Range Skala.....	22
Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas	22
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	24
Tabel 4.1 Umur.....	26
Tabel 4.2 Kota Asal.....	27
Tabel 4.3 Status.....	28
Tabel 4.4 Pembelian <i>Online</i> Responden.....	28
Tabel 4.5 Pembelian <i>Online</i> Responden Dalam 3 Bulan Terakhir.....	30
Tabel 4.6 Produk yang Sering dibeli Responden 3 Bulan Terakhir.....	30
Tabel 4.7 Produk yang Paling Sering dibeli Responden 3 Bulan Terakhir.....	31
Tabel 4.8 Kisaran Harga Produk yang Paling Sering dibeli Responden.....	32
Tabel 4.9 Cara Transaksi Pembayaran yang Paling Sering dilakukan Responden.....	33
Tabel 4.10 Tanggapan Responden	33
Tabel 4.11 <i>KMO</i> dan <i>Bartlett's Test</i>	35
Tabel 4.12 Nilai <i>Sampling Adequacy</i> Alasan Konsumen	36
Tabel 4.13 <i>Communality</i>	38
Tabel 4.14 <i>Total Variance Explained</i>	39
Tabel 4.15 <i>Component Matrix</i> ^a	40
Tabel 4.16 <i>Rotated Component Matrix</i> ^a	42
Tabel 4.17 Pembagian Indikator yang Terbentuk	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	14
Gambar L 2.1 Online Shop RedPurple	61
Gambar L 2.2 Online Shop Esprit Shop	62
Gambar L 2.3 Online Shop Abnormal Jey	62
Gambar L 2.4 Online Shop Sierra (Feminine)	63
Gambar L 2.5 Online Shop Old Icha	63
Gambar L 2.6 Online Shop Aimstore	64
Gambar L 2.7 Online Shop RtWear	64
Gambar L 2.8 Online Shop Aliceroomlite	65
Gambar L 2.9 Online Shop Palmy Boutique	65
Gambar L 2.10 Online Shop Rind Project	66