

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM
PEMBELIAN PRODUK ONLINE PADA *GLAMS SHOP***

SUMMARY SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang

Disusun Oleh :

Nama : Sherly Mariska

NIM : 07.30.0004

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2011**

Daftar isi

Halaman Judul	i
Halaman Motto dan Persembahan	ii
Halaman Persetujuan Skripsi	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Keaslian Skripsi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	x
Daftar Tabel	xi
Abstrak	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah dan Batasan Masalah.....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat penelitian.....	4
1.4 Sistematika Penulisan.....	5
BAB 2 LANDASAN TEORI	
Landasan Teori.....	6
Definisi Operasional.....	10
Kerangka Pikir.....	13
Definisi dan Pengukuran Variabel.....	13
Hipotesis.....	14

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Lokasi Penelitian.....	15
3.2 Populasi dan Sampel.....	15
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	16
3.4 Teknik Analisis Data.....	17
3.5 Pengujian Alat Pengumpulan Data.....	19

BAB 4 HASIL ANALISIS

4.1 Gambaran Umum Glams Shop.....	23
4.2 Gambaran Umum Responden.....	23
4.3 Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Penelitian.....	26
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	28
4.5 Pembahasan.....	29

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	32
5.2 Saran.....	32

DAFTAR PUSTAKA.....	34
---------------------	----

LAMPIRAN.....	38
---------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian.....13



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Uji Validitas.....	19
Tabel 3.2. Hasil Pengujian Validitas.....	20
Tabel 4.1. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	25
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Terhadap Pembelian Online.....	26
Tabel 4.3. Hasil uji t.....	29

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kenyamanan, harga dan tipe produk terhadap pembelian produk dalam *online* konsumen. Populasi dalam penelitian ini yakni seluruh konsumen yang melakukan pembelian produk melalui *online*, seperti belanja tas, dompet, dan aksesoris. Jumlah populasi dalam “*Glams shop*” adalah 50 orang konsumen. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive* sampel sehingga ditemukan sampel sebanyak 30 orang. Kemudian setelah itu dilakukan uji validitas dan reliabilitas dan uji hipotesis menggunakan analisis regresi berganda.

Dari hasil analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Kenyamanan berpengaruh positif terhadap Pembelian *Online*. Jadi semakin tinggi kenyamanan yang dirasakan konsumen, maka akan semakin meningkatkan pembelian *online*. (2) Harga berpengaruh positif terhadap Pembelian *Online*. Jadi semakin terjangkau harga, maka akan semakin meningkatkan pembelian *online*. (3) Tipe produk berpengaruh positif terhadap Pembelian *Online*. Jadi semakin baik tipe produk (kualitas dan merek produk), maka akan semakin meningkatkan pembelian *online*.

Sedangkan saran yang dapat dikemukakan pada penelitian ini antara lain adalah: (1) Sebaiknya pihak *Glams Shop* meningkatkan kenyamanan, harga dan tipe produk yang dijualnya dengan cara tetap meningkatkan pelayanan yang baik, kualitas produk dan tipe produk yang dijual. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan barang yang lengkap sehingga konsumen merasa puas, kualitas produk baik, dan ramah kepada konsumen, memberikan diskon. (2) Pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan perbandingan pada beberapa *online shop*.

Halaman Motto & Persembahan



*"Tidak ada kesempurnaan dan kecepatan sukar
untuk jalan bersama"*

Skripsi ini Kupersembahkan Kepada :

Keluargaku tercinta ...

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Sherly Mariska

NIM : 07.30.0004

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN PRODUK ONLINE PADA GLAMS
SHOP

Semarang, Desember 2011

Dosen Pembimbing,

(Prof. DR. Vincent Didiek. WA, MBM)

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN PRODUK ONLINE PADA GLAMS SHOP

Disusun Oleh:

Nama : Sherly Mariska

NIM : 07.30.0004

Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Katolik Soegijapranata

Telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji pada tanggal: 5 Desember 2011

Tim Penguji,

Koordinator

(Anggota)

Anggota

(Dra. Irmawati, MS.)(Drs. Y. Sugiharto, MM)(Prof. DR. Vincent Didiek. WA, MBM)

Dekan

Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Soegijapranata

(Prof. Dr. Andreas Lako)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sherly Mariska

NIM : 07.30.0004

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

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

Semarang, Desember 2011

Sherly Mariska

KATA PENGANTAR

Pada kesempatan yang berbahagia ini, peneliti ingin mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan anugerah-Nya, peneliti akhirnya berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul: “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK ONLINE PADA GLAMS SHOP” ini.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana S-1 pada fakultas ekonomi dan bisnis, jurusan manajemen, Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.

Dalam menyelesaikan skripsi ini tidak sedikit hambatan yang dialami oleh penulis, oleh sebab itu dukungan dari berbagai pihak sangat dibutuhkan. Maka pada kesempatan ini pulalah penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Andreas Lako, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.
2. Prof. DR. Vincent Didiek. WA, MBM, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan petunjuk kepada peneliti selama ini.
3. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.
4. Staff Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.

5. Kedua orang tuaku, teman dan saudaraku, yang selama ini telah memberikan banyak dukungan baik moril maupun materiil.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga tersusunya skripsi ini.

Akhir kata, jika terdapat kesalahan pada skripsi ini, maka peneliti mohon maaf yang sebesar-besarnya dan meminta kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

Semarang, Desember 2011

Peneliti



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM

PEMBELIAN PRODUK ONLINE PADA *GLAMS SHOP*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



Disusun Oleh :

Nama : Sherly Mariska

NIM : 07.30.0004

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2011**