

 UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN	MULAI PENGEMBATAKAAN UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Diketahui	08 JAN 2007
Inventarisasi	2984/EM/Hd.1/2007
Klasifikasi	Rf 658.8342 NAD 06
Salinan Dikirim	

 UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN	UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIC OF INDONESIA
---	--

**ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP FAKTOR-
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELANJAAN *ONLINE***

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

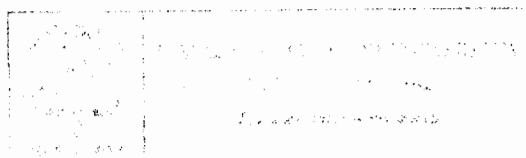


Disusun oleh :

Nadia Nila Sari

NPM : 01 03 13345

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
JULI, 2006**



SKRIPSI

**ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP FAKTOR-
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELANJAAN *ONLINE***

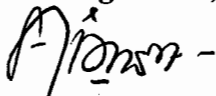
Disusun oleh :

Nadia Nila Sari

NPM : 01 03 13345

Telah disetujui dan dibaca dengan baik oleh :

Pembimbing Utama,



(J.Ellyawati, Dra., MM)

Tanggal 23 Juni 2006

SKRIPSI

ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELANJAAN *ONLINE*

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nadia Nila Sari

NPM : 01 03 13345

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 15 Juli 2006

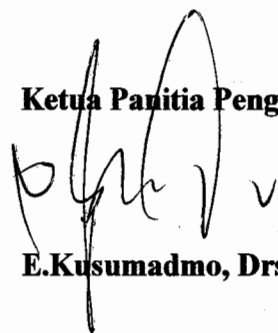
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat

Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

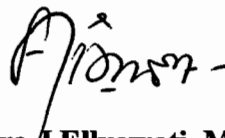
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



E. Kusumadmo, Drs., MM

Anggota Panitia Penguji



Dra. J. Ellyawati, MM



Ign. Sukirno, Drs., MS

Yogyakarta, 15 Juli 2006

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. R. Maryatmo, MA

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Nadia Nila Sari

No. Mhs : 13345 / EM

Menyatakan bahwa skripsi berjudul “ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELANJAAN *ONLINE* “ adalah hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam karya tulis ini dalam bentuk catatan. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan flagiasi sebagian atau keseluruhan karya tulis ini, maka saya bersedia melepas semua keputusan dan gelar yang diberikan kepada saya atas karya tulis ini dan membatalkan kelulusan saya.

Juli, 2006


Nadia Nila Sari

KATA PENGANTAR

Segala puji, hormat, syukur dan kuasa hanya bagi Tuhan Yesus Kristus atas segala sesuatu yang Dia rencanakan atas hidup penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul : “ **ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELANJAAN ONLINE** “.

Skripsi ini disusun guna melengkapi syarat dalam memperoleh gelar (S1) dalam bidang Manajemen pada Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini merupakan hasil dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan baik waktu, materi, nasihat maupun semangat yang tidak tergantikan dengan apapun juga. Ucapan terimakasih teramat dalam kepada :

1. Hanya bagi Dia yang bertahta dan Darah Anak Domba yang memenangkan setiap pertandingan, Penulis Hidupku, Pemberi Impian, yang menangis dikala aku menangis, yang merasakan segala yang penulis rasa, yang hidup jauh lebih lekat daripada pakaian yang penulis pakai, Nafas Hidup, Pelatih Iman dan Sahabat, YESUS Tuhan.
2. Ibu Ellyawati, Dra., MM selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah memberikan bimbingan, membagi waktu, nasihat serta memberi semangat kepada penulis selama penyusunan skripsi ini. Terimakasih untuk setiap bimbingan dan waktu serta semangat yang ibu bagi kepada penulis.
3. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang telah membagi setiap ilmu pengetahuan, ajaran dan nilai-nilai kepada penulis ketika penulis menempuh pendidikan di universitas ini. Serta pihak perpustakaan yang telah melayani penulis dalam peminjaman dan pengembalian literatur. Setiap *moment* di Atma Jaya berharga, tidak ada yang pernah sia-sia, *how lucky i am to be the choosen one being student here*.
4. Buat Papa Tadi terkasih dan Mama Asih yang kusayangi, untuk perjuangan mereka dalam doa, tangis dan pengharapan bagi masa depan yang terbaik bagi penulis, Tuhanlah yang menyediakan apa yang terbaik bagi keluarga kita.

5. Buat M' Dhani dan Mb' Komang, suporter tanpa suara yang mendukung penuh, untuk survey *online*, laptop pinjaman, semangat, penguatan, mimpi-mimpi hidup mereka yang inspirasional. Aku ingin melihat pita ditoga itu berpindah dari kepalamu ... Tiada yang tidak mungkin dalam hidup ini. Buat keponakan2ku Tania dan Gya, *better leaders for the future*, yang memacu tante selalu menjadi teladan yang baik.
6. Untuk *my second family* Iwil STTNas ; Mom Yuni (*thanks God ur my leader*), Lanie & k'Opin (*ur life testimony motivate me*), Eci (*boutique, books, movies, discuss, food, web things, FP; u r my patner!*), K'shen (*4 b there when happy, sad and being a friend indeed*), K'helda (*to have a dream*), Qty & Bay (*for joy!*), Dewi (*4 simple things sample*), Ria, Fero, Ully, Nola, Irma, Tuti, Tika, Rida, Lidya (*next leader generation*). Idon, C'Yo, K'Tulus, Jeri, Lerri (*untuk doa, semangat serta penantian panjang didpn ruang penda2ran, kalian pria2 andalan, kalian sajaaa ...!*), K'Hendrik (*guys role & patner in gift*), Pa'Jen, Bobby, Kevin, B'Fred, Andri, Galeh serta nama-nama yang tak tersebutkan lagi (*speechless, thanks lot!*). FOOTPRINTS media, ayo *rebuild*. Pie, Retha, Denok (*kalian para wanita mahkota dikepalaku, follow Jesus path always*) serta Iwil UGM dan Iwil Atma UAJY (*pelatih karakter & patner doa kampus*).
7. Buat sahabatku Vee-Unz & Giri (*buat tempat menangis & tmpt tidurnya h3, emg deh kita harus wisuda brg, jgn bosen sahabatan sama aku y*). Sari-Unz, Amelia (*tx berat y mel, lwt km aku bljr g meremehkan hal2 kecil*), Ita Ketapang, Adi Pamungkas (*Adi's Solutions uops maaf nyebutin merek, thanks y editor*), Bebet (*tx 4 support*), Benny (*ga2l brg, bgn brg, bimbingan brg, wsd brg, yuukk!*), Anita Ekawati, Sonya, Helena, Cella, Lisa, Lina, Ninda, Aji, Bosco, Mb'Hanna, Maylinda, Dayu, Ko'Henry, M'Venan, Sally, chiayooo !!! Teman-teman PASTI Leste yang mengajariku tentang media dan idealisme (M'The, Wiwid, Memen, Yunanto, Made, Novi dkk).
8. Teman2 KKN Ngentak, Tempel ; Nyo, Shasa, Mi'o, Indra Volume, Big Dave dan Andi, *unforgettable memories*, negeri padang gurun yang membentuk aku sekaligus sukacitaku, *u all being a sister and brother in my heart, wish u all the best ...*

9. Inspirasi dalam hidupku, Kak Ike, terimakasih untuk nilai2 yang kk tanam dalam aku, kangen belajar, diskusi & *searching books* lagi. Pak Siswanto, dosen yang sangat visioner, *I've learn from u a lot sir, nothing is ever impossible in life...*
10. Semua pihak yang tidak mungkin disebutkan satu persatu. Terimakasih atas dukungan, serta bantuan sehingga penulis mampu menyelesaikan karya tulis ini. Semoga Tuhan melimpahkan berkat dan rahmatnya atas kita semua. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, Semoga skripsi ini bermanfaat bagi dunia penelitian dan bagi semua orang.

Yogyakarta, Juli 2006

Nadia Nila Sari

MOTTO :

"Jagalah hatimu dengan segala kewaspadaan, karena dari situlah terpancar kehidupan." (Amsal 4:23)

" Karena ia tahu jalan hidupku; seandainya ia menguji akui, aku akan timbul seperti emas " (Ayub 23:10)

" Tuhan menetapkan langkah-langkah orang yang hidupnya berkenan kepadaNya; apabila ia jatuh, tidaklah sampai tergeletak, sebab TUHAN menopang tangannya " (Mazmur 37:23-24)

"Sungguh, hatinya melekat kepadaKu, maka Aku akan meluputkannya, Aku akan membentenginya, sebab ia mengenal namaKu. Bila ia berseru kepadaKu, Aku akan menjawab, Aku akan menyertai dia dalam kesesakan, Aku akan meluputkannya dan memuliakannya. " (Mazmur 91:14-15)

" Ia membuat segala sesuatu indah pada waktunya, bahkan Ia memberikan kekekalan dalam hati mereka. Tetapi manusia tidak dapat menyelami pekerjaan yang dilakukan Allah dari awal sampai akhir." (Pengkotbah 3:11)

" Pada hari mujur bergembiralah, tetapi pada hari malang ingatlah, bahwa hari malang inipun dijadikan Allah seperti juga hari mujur, maka manusia tidak dapat menemukan sesuatu mengenai masa depannya." (Pengkotbah 10:1)

" Bagimu matahari tidak lagi menjadi penerang pada siang hari dan cahaya bulan tidak lagi memberi terang pada malam hari, tetapi TUHAN akan menjadi penerang abadi baimu dan Allahmu menjadi keagunganmu.

Bagimu akan ada matahari yang tidak pernah padam dan bulan yang tidak pernah surut, sebab TUHAN akan menjadi penerang abadi bagimu, dan hari-hari perkabunganmu akan berakhir." (Yesaya 60 : 19-20)

" Akhir kata dari segala yang didengar ialah: takutlah akan Allah dan berpeganglah pada perintah-perintahNya, karena ini adalah kewajiban setiap orang." (Pengkotbah 12:13)



SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN KEPADA :

Tuhanku yesus

Papa SUTOWIJAYADI DAN Mama ADI ASIH

Mas dani, mbak komang, tania, gya

Kampusku Atma Jaya Yogyakarta

Bangsaku

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Surat Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Halaman Motto	viii
Halaman Persembahan	ix
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
Intisari	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1-6
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6-7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8-9
1.6 Hipotesis	9
1.7 Metodologi Penelitian	9-13
1.8 Metode Analisis Data	13-15
1.9 Sistematika Pembahasan	15-16

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Pemasaran	17-18
2.2 Manajemen Pemasaran	18-19
2.3 Konsep Pemasaran	19-21

2.4 Perilaku Konsumen	21
2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen	21
2.5 Model Perilaku Konsumen	21
2.5.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	22-23
2.5.2 Perilaku konsumen dalam Proses Pembelian	23-27
2.6 Nilai Konsumen	27

BAB III GAMBARAN TENTANG INTERNET

3.1. Pengertian dan Sejarah Internet	28-30
3.2 Perkembangan Pengguna Internet	30-33
3.3. Pemasaran Melalui Internet	33-34
3.2.1 Manfaat dan Resiko <i>E-commerce</i>	34-38
3.2.2 Model-Model <i>E-commerce</i>	38-39
3.2.3 Transaksi Melalui <i>E-commerce</i>	39-40
3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelanjaan <i>Online</i>	40-41

BAB IV ANALISIS DATA

4.1 Uji Validitas	42-44
4.2 Uji Reliabilitas	44
4.3 Analisis Deskriptif Statistik.....	45
4.3.1. Jenis Kelamin Responden	45
4.3.2. Usia Responden	46
4.3.3. Pendidikan Responden	46-47
4.3.4. Pendapatan Responden	47-48
4.3.5. Website yang paling sering dikunjungi	48-49
4.4 Analisis Penilaian Konsumen terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelajaan <i>Online</i>	49
4.4.1. Penilaian Konsumen terhadap Faktor Desain <i>Webite</i>	49-52
4.4.2. Penilaian Konsumen terhadap Faktor Reliabilitas / <i>Fulfillment</i>	52-53
4.4.3. Penilaian Konsumen terhadap Faktor <i>Customer Service</i>	53-54

4.4.4. Penilaian Konsumen terhadap Faktor <i>Security / Privacy</i>	54-55
4.5 Analisis Chi Square	56
4.5.1. Penilaian Konsumen terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelanjaan <i>Online</i> berdasarkan usia	56-59
4.5.2. Penilaian Konsumen terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelanjaan <i>Online</i> berdasarkan pendidikan	59-63
4.5.3. Penilaian Konsumen terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelanjaan <i>Online</i> berdasarkan pendapatan/bulan.....	63-68
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	69
5.1.1. Karakteristik Responden	69
5.1.2. Penilaian Konsumen	69-71
5.1.3. Perbedaan Penilaian Konsumen terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelanjaan <i>Online</i> berdasarkan perbedaan Karakteristik.....	71-74
5.2. Implikasi Manajerial	74-77
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Perkembangan Jumlah Pelanggan dan Pemakai Internet	32
Tabel 3.2 Izin Penyelenggaraan ISP, NAP, MULTIMEDIA	32
Tabel 3.3 Perkembangan Jumlah Anggota	33
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Faktor Desain <i>Website</i>	43
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Faktor Reliabilitas/ <i>Fullfillment</i>	43
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Faktor <i>Customer Service</i>	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Faktor <i>Security/Privacy</i>	44
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Belanja <i>Online</i>	44
Tabel 4.6 Distribusi Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4.7 Distribusi Usia Responden	46
Tabel 4.8 Distribusi Pendidikan Responden	46
Tabel 4.9 Distribusi Pendapatan perbulan Responden	47
Tabel 4.10 Distribusi Website yang Sering dipakai Konsumen Bertransaksi.....	48
Tabel 4.11 Penilaian Konsumen terhadap Faktor Desain <i>Website</i>	49
Tabel 4.12 Penilaian Konsumen terhadap Faktor Reliabilitas / <i>Fulfillment</i>	52
Tabel 4.13 Penilaian Konsumen terhadap Faktor <i>Customer Service</i>	53
Tabel 4.14 Penilaian Konsumen terhadap Faktor <i>Security / Privacy</i>	54
Tabel 4.15 Rangkuman Hasil Chi - Square (χ^2)	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran	18
Gambar 2.2 Tahap-Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	27
Gambar 3.1 Rata-Rata Pertumbuhan <i>E-commerce</i>	30
Gambar 3.2 Rata-Rata Peramalan <i>E-commerce</i>	31
Gambar 3.3 Proses Sederhana Transaksi melalui Internet.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Data Kuesioner Bagian I dan Data Kuesioner Bagian II
- Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 : Output Analisis Deskriptif Statistik
- Lampiran 5 : Output Analisis Chi Square
- Lampiran 6 : Tabel *r Product Moment*, Tabel Chi Square (χ^2)

ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELANJAAN *ONLINE*

Disusun Oleh :

Nadia Nila Sari

NPM : 01 03 13345

Pembimbing Utama

J. Ellyawati, Dra., MM.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis : (1) Penilaian konsumen terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi belanja *online*, (2) Ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian *online* berdasarkan karakteristik usia, pendidikan terakhir dan pendapatan perbulan konsumen. Metode penelitian yang digunakan untuk riset ini adalah : (1) Pencarian data literatur melalui internet, artikel, jurnal dan laporan, (2) Wawancara dan penyebaran kuesioner melalui *website*, (3) Penggunaan skala likert, (4) Analisis data menggunakan Analisis Deskriptif dan Chi Square.

Ada 2 temuan utama diperoleh dari penelitian ini. Pertama penilaian konsumen terhadap empat faktor yang mempengaruhi pembelian *online* ialah faktor desain *website* tidak setuju, faktor reliabilitas / *fulfillment* adalah sangat setuju, faktor *consumer service* adalah ragu dan faktor *security / privacy* adalah setuju bahwa ke empat faktor tersebut mempengaruhi konsumen untuk berbelanja *online*. Kedua, hipotesis tidak terbukti karena tidak ada perbedaan penilaian konsumen terhadap empat faktor yang mempengaruhi konsumen untuk berbelanja *online* berdasarkan usia, pendidikan terakhir dan pendapatan perbulan. Perbedaan hanya terdapat pada penilaian konsumen terhadap faktor *security / privacy* berdasarkan pendapatan perbulan konsumen.

Kata Kunci : Penilaian konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian *online*.