



**PENGARUH ORIENTASI BELANJA, KEPERCAYAAN KONSUMEN  
DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI TERHADAP MINAT  
BELI SECARA *ONLINE*  
(STUDI PADA TOKO *ONLINE* SHOPEE)**

**Skripsi**

**Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Disusun Oleh**

**JAUZAA FIRDANANDA KUSAIRI PUTRI**

**NIM : 201811303**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**TAHUN 2024**



**PENGARUH ORIENTASI BELANJA, KEPERCAYAAN KONSUMEN  
DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI TERHADAP MINAT  
BELI SECARA *ONLINE*  
(STUDI PADA TOKO *ONLINE* SHOPEE)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
Untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

Oleh:

**JAUZAA FIRDANANDA KUSAIRI PUTRI**  
201811303

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2024**

**PENGARUH ORIENTASI BELANJA, KEPERCAYAAN KONSUMEN  
DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI TERHADAP MINAT  
BELI SECARA *ONLINE* (STUDI PADA TOKO *ONLINE* SHOPEE)**


Nama : Jauzaa Firdananda Kusairi Putri  
NIM : 201811303  
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi


Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, .....

Pembimbing I

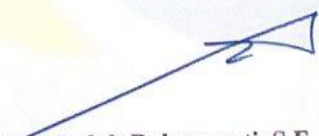
  
(Dr. Supriyono, S.E., M.M)  
NIDN. 0614037104

Pembimbing II

  
(Dina Lusianti, SE., M.M., A.A.K)  
NIDN. 0630098401

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

  
(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)  
NIDN. 0024037701

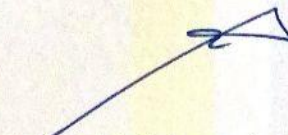
**PENGARUH ORIENTASI BELANJA, KEPERCAYAAN KONSUMEN  
DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI TERHADAP MINAT  
BELI SECARA *ONLINE* (STUDI PADA TOKO *ONLINE* SHOPEE)**

Nama : Jauzaa Firdananda Kusairi Putri  
NIM : 201811303  
Program Studi : Manajemen

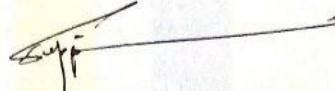
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, .....



Mengetahui  
Ketua Program Studi

  
(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)  
NIDN. 0024037701


Pembimbing I

  
(Dr. Suprivono, S.E., M.M)  
NIDN. 0614037104

Mengetahui  
Dekan

  
  
(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)  
NIDN. 0616077304

Pembimbing II

  
(Dina Lusianti, SE., M.M., A.A.K)  
NIDN. 0630098401

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

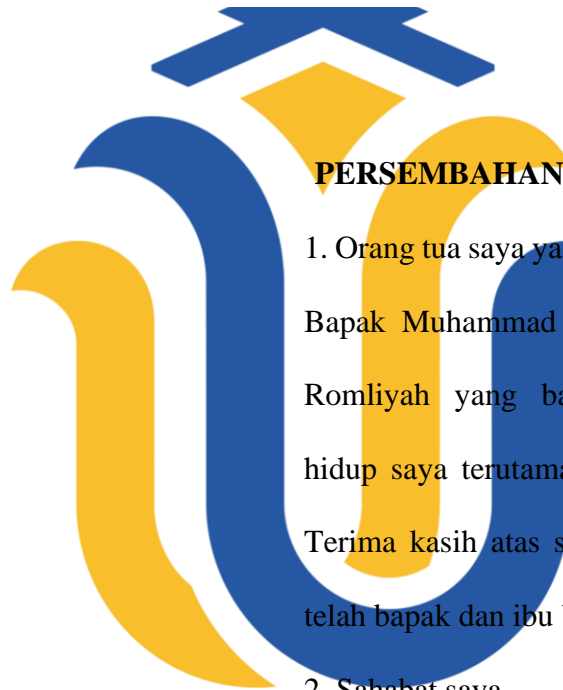
### MOTTO :

"Barang siapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apa pun, niscaya dia akan melihat (balasan) nya."

(QS. Al-Zalzalah ayat 7)

"Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang."

(Imam Syafi'i)



### **PERSEMBAHAN**

1. Orang tua saya yang sangat saya sayangi Bapak Muhammad Kusairi dan Ibu Ani Romliyah yang banyak berjasa dalam hidup saya terutama doa orang tua saya. Terima kasih atas semua rasa cinta yang telah bapak dan ibu berikan.
2. Sahabat saya
3. Almamater Universitas Muria Kudus.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul “PENGARUH ORIENTASI BELANJA, KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI TERHADAP MINAT BELI SECARA *ONLINE* (STUDI PADA TOKO *ONLINE* SHOPEE)”. Disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terealisasi. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Supriyono, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar dan staf karyawan pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.

6. Kedua orang tua saya Bapak Muhammad Kusairi dan Ibu Ani Romliyah yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat seperjuangan terimakasih selalu membantuku dalam semua pengerjaan skripsi ini terutama Alvin Yusrul, Rheta, Linda, Vira dan Echa.
8. Responden pengguna Shopee di Jepara yang telah membantu mengisi kuesioner saya dan keluarga saya terutama tante saya Indah Yuli yang membantu mengeshare link kuesioner.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya selalu. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat, baik bagi penulis pada khususnya maupun bagi yang memerlukan bagi umumnya. Amin...

Kudus,

2024

Penulis,

**Jauzaa Firdananda Kusairi Putri**  
**NIM. 201811303**



**Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Konsumen dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Minat Beli Secara *Online* (Studi Pada Toko *Online* Shopee)**

**Jauzaa Firdananda Kusairi Putri**

NIM. 201811303

Pembimbing : 1. Dr. Supriyono, S.E., M.M.  
2. Dina Lusianti, SE, M.M., A.A.K.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah menguji apakah terdapat pengaruh orientasi belanja, kepercayaan konsumen dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap minat beli konsumen pada toko online Shopee di Jepara. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel adalah konsumen pengguna aplikasi Shopee di Jepara yang berjumlah 100 responden dan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif statistik, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji statistik parsial (uji t) dan uji F dan koefisien determinasi *adjusted R<sup>2</sup>*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi belanja tidak berpengaruh terhadap minat beli secara *online* pada toko online Shopee. Kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap minat beli secara online pada toko *online* Shopee. Kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh terhadap minat beli secara online pada toko *online* Shopee. Orientasi belanja, kepercayaan konsumen dan kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh terhadap minat beli secara online pada toko *online* Shopee.

**Kata Kunci : Orientasi Belanja, Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Minat Beli.**



***The Influence of Shopping Orientation, Consumer Trust and Ease of Using Applications on Intention to Buy Online (Study at Shopee Online Store)***

**Jauzaa Firdananda Kusairi Putri**

NIM. 201811303

*Lecturer* : 1. Dr. Supriyono, S.E., M.M.  
2. Dina Lusianti, S.E, M.M., A.A.K.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**  
**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS PROGRAM OF MANAGEMENT**

**ABSTRACT**

*The aim of this research is to test whether there is an influence of shopping orientation, consumer trust and ease of use of the application on consumer buying interest at the Shopee online shop in Jepara. The approach used in this research is a quantitative approach. The sample was consumers using the Shopee application in Jepara, totaling 100 respondents and sampling used the purposive sampling method. The analytical methods used are descriptive statistics, classical assumption test, multiple linear regression, partial statistical test (t test) and F test and adjusted coefficient of determination R<sup>2</sup>. The research results show that shopping orientation has no effect on online buying interest at the Shopee online store. Consumer trust has a positive effect on interest in buying online at the Shopee online store. The ease of using the application influences interest in buying online at the Shopee online store. Shopping orientation, consumer trust and ease of use of the application influence online buying interest at the Shopee online store.*

***Keywords: Shopping Orientation, Consumer Trust, Ease of Using Applications, Purchase Intention.***

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	9
1.3 Perumusan Masalah .....	10
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i> .....	13
2.2 Minat Beli .....	14
2.3 Orientasi Belanja.....	18
2.4 Kepercayaan Konsumen .....	20
2.5 Kemudahan Penggunaan Aplikasi .....	21
2.6 Pengaruh Antar Variabel.....	

	Halaman
1. Pengaruh Orientasi Belanja terhadap Minat Beli .....	23
2. Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli.	24
3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Minat Beli.....	25
2.7 Penelitian Terdahulu .....	26
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	29
2.9 Hipotesis.....	31

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

3.1. Rancangan Penelitian.....	32
3.2. Variabel Penelitian.....	33
3.2.1 Orientasi Belanja .....	33
3.2.2 Kepercayaan Konsumen.....	33
3.2.3 Kemudahan Penggunaan Aplikasi .....	34
3.2.4 Minat Beli.....	34
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	35
3.4. Populasi dan sampel .....	36
3.5. Pengumpulan data.....	37
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	38
3.7. Pengolahan Data .....	39
3.8. Analisis Data.....	40
3.8.1 Statistik Deskriptif.....	40
3.8.2 Uji Asumsi Klasik .....	41
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	43
3.8.4 Uji Hipotesis.....	44

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	47
4.2. Profil Responden.....	49

	Halaman
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	53
4.3.1 Uji Validitas.....	53
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	54
4.4. Analisis Data .....	55
4.4.1 Statistik Deskriptif .....	55
4.4.2 Uji Asumsi Klasik .....	61
4.4.2.1 Uji Normalitas.....	61
4.4.2.2 Uji Heteroskedastisitas .....	63
4.4.2.3 Uji Multikolinieritas .....	64
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
4.4.4 Uji Hipotesis .....	66
4.4.4.1 Uji Statistik Parsial (Uji t) .....	66
4.4.4.2 Uji F.....	68
4.4.4.3 Uji Koefisien Determinasi .....	69
4.5. Pembahasan.....	70
4.4.1 Pengaruh Orientasi Belanja terhadap Minat Beli .....	70
4.4.2 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli.....	71
4.4.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Minat Beli .....	72
4.4.4 Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Konsumen dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Minat Beli.....	73

## **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	75
5.2. Saran.....	76

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tingkat Kunjungan Website Toko Online di Indonesia 2022 ..	2
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	51
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas .....	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Orientasi Belanja (X1) .....	56
Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Konsumen (X2).....	57
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X3) .....	58
Tabel 4.9 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli (Y) .....	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas .....	64
Table 4.11 Hasil Analisis Regresi Regresi Linier Berganda .....	65
Table 4.12 Hasil Uji Statistik Parsial (Uji t).....	67
Tabel 4.13 Hasil Uji F Simultan .....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	69

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pendapatan Shopee pada Kuartal I Tahun 2022 .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	30
Gambar 4.1 Beranda Website Shopee .....	48
Gambar 4.2 Logo Shopee .....	49
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas (Histogram).....	62
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas ( <i>Normal Probability Plot</i> ) .....	62
Gambar 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	63



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Identitas Responden
- Lampiran 3 Tabulasi Kuesioner Variabel Orientasi Belanja (X1)
- Lampiran 4 Tabulasi Kuesioner Variabel Kepercayaan Konsumen (X2)
- Lampiran 5 Tabulasi Kuesioner Variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X3)
- Lampiran 6 Tabulasi Kuesioner Variabel Minat Beli (Y)
- Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Orientasi Belanja (X1)
- Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Kepercayaan Konsumen (X2)
- Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X3)
- Lampiran 10 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y)
- Lampiran 11 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 12 Hasil Uji Hipotesis