UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Ganjil 2019/2020

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEMBELIAN PADA WANITA DALAM BERBELANJA SECARA DARING DI BATAM

Nama: Denny setiawan
NPM: 1641111

ABSTRAK

Di zaman sekarang sudah banyak kita temui di kalangan masyarakat yang sering berbelanja secara daring, karena promosi yang menarik dari para *vendor* berupa potongan harga, gratis ongkos pengiriman barang dan juga harganya rata-rata lebih murah dibandingkan dengan toko fisik disertai juga pembeli tidak perlu menghabiskan tenaga dan waktu untuk pergi ke toko karena barang yang dibeli akan langsung dikirim sampai ke rumah pembeli. Banyak wanita juga yang sangat sibuk karena harus berkeja ataupun megurus rumah dan sangat jarang pergi ke luar rumah untuk berbelanja tapi dengan adanya belanja secara daring para wanita dapat membeli keperluannya melalui *gadget*, laptop dan komputer.

Penelitian ini tergolong jenis penelitian kuantitatif yang menegaskan prinsip objektivitas secara seksama, pengumpulan data dengan cara membagikan kuesioner kepada wanita yang pernah berbelanja online di kota Batam. penulis menggunakan perangkat lunak IBM SPSS *Statistic* 23.0 untuk menganalisis data demografi responden dan juga *Smart* PLS 3.0 sebagai alat bantu dalam menganalisis data umum responden. Beberapa variabel yang dipercaya memiliki dampak pada faktor-faktor yang mempengruhi wanita dalam belanja secara daring, yaitu *variabel price, variety, convenience, perceived benefit, Trust, Perceived Web Quality, attitude, Purchase Intention*.

Pada penelitian ini menunjukan bahwa semua hipotesis dinyatakan positif kecuali variabel *Trust* terhadap *Purchase Intention* dan variabel *Perceived Web Quality* terhadap *attitude toward online shopping*. Perlu adanya perhatian terhadap kepercayaan untuk meningkatkan niat beli serta kualitas dari *web* perusahaan juga perlu diperhatikan untuk meningkatkan sikap positif terhadap perusahaan.

Kata kunci: belanja secara daring, wanita, *price, variety, convenience, perceived benefit, Trust, Perceived Web Quality, attitude, Purchase Intention.*

Denny Setiawan. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian pada Wanita dalam Berbelanja Secara Daring di Batam.
UIB Repository©2020