

# UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

---

Fakultas Ekonomi  
Program Sarjana Manajemen  
Semester Ganjil 2019/2020

## ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MASYARAKAT DALAM BERBELANJA *ONLINE* MELALUI APLIKASI *E-COMMERCE* BERBASIS *CONSUMERS TO CONSUMERS* DI BATAM

LINDA APRILIA  
NPM: 1641030

### ABSTRAK

Teknologi internet pada era globalisasi saat ini sangat berperan penting dan merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat yang menjadikan sebagai alat komunikasi. Selain itu, teknologi internet juga menjadi alat sebagai jual beli secara *online*. Dalam perkembangan usaha *online* yang sangat pesat di Indonesia ini, transaksi jual beli *online* menjadi sangat sederhana, hanya dengan memprioritaskan kualitas informasi, kepercayaan, sistem yang aman dan layanan sudah dapat mempengaruhi niat masyarakat dalam berbelanja *online*. Penelitian ini dibuat untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat masyarakat dalam berbelanja *online* melalui aplikasi *e-commerce* berbasis *Consumers to Consumers* di Batam.

Objek pada penelitian ini adalah masyarakat yang memiliki niat dalam belanja *online* melalui aplikasi *e-commerce* yang berbasis *Consumers to Consumers* ( Bukalapak, Tokopedia, dan Shopee ) di Batam dengan menggunakan metode *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Data responden yang terkumpul sebanyak 300 dari 320 kuesioner yang dibagikan secara manual dan data diolah melalui alat analisis SPSS dan PLS.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Utilitarian* berpengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Online Purchase*, *Hedonic* berpengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Online Purchase*, *Trust* berpengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Online Purchase*, *Privacy* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Attitude Toward Online Purchase*, dan *Attitude Toward Online Purchase* berpengaruh signifikan terhadap *Online Purchase Intention*.

**Kata Kunci:** *Hedonic, Privacy, Utilitarian, Trust, Attitude Toward Online Purchase, Online Purchase Intention, Aplikasi Consumers to Consumers, E-commerce.*