

# UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

---

Fakultas Ekonomi  
Program Sarjana Manajemen  
Semester Ganjil 2019/2020

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERBELANJA SECARA *ONLINE* DI BATAM

Kent Wibowo  
NPM: 1541486

### ABSTRAK

Faktor dalam proses belanja *online* yang ditekankan oleh pengaruh pertumbuhan industri *e-commerce* di Indonesia ikut menaikkan tingkat belanja melalui *platform online* oleh konsumen. Dalam industri digital (*e-commerce*) di Indonesia diyakini semakin meningkat di tahun 2019. Pelaku *e-commerce* diprediksi akan semakin sigap memunculkan inovasi baru untuk meningkatkan pelaku konsumen baru dan membuat konsumen lama untuk selalu berlangganan.

Transaksi melalui *mobile* diyakini akan terus naik. Negara Indonesia dijuluki negara *mobile-first* yaitu Negara yang lebih dari 94% masyarakatnya selalu terhubung, memasuki atau akses *internet* melalui perangkat telepon pintar. Menurut hasil survey pengguna *smartphone* yang bertambah ternyata selaras dengan peningkatan jumlah pengunjung toko *online* dari *web* maupun aplikasi. Kebanyakan jumlah tingkatan akses aplikasi di kawasan Asia Tenggara setahun ini telah menggapai 19%.

Dalam proses penyusunan penelitian ini, penulis menerapkan ilmu - ilmu pengetahuan dan pembelajaran strategi ekonomi yang didapat selama studi di Universitas International Batam dan dapat membantu menciptakan penelitian baru dalam mengetahui apa saja factor yang berpengaruh pada minat berbelanja *online* di kota Batam.

**Kata Kunci:** minat berbelanja *online*, *e-commerce*, perdagangan