

SKRIPSI
PENGARUH ORIENTASI BELANJA DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT BELI SECARA ONLINE PADA
***MARKETPLACE* TOKOPEDIA**

(Studi Mahasiswa FISIP ULM Banjarmasin)

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

OLEH:

RIFQI TRI KESUMA

1710412310039



UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN

2023



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Kamis tanggal 17 bulan November tahun 2022, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 1264/UN8.1.13/KP.10.00/2022 tanggal 15 November 2022 untuk menguji skripsi :

Nama : Rifqi Tri Kesuma
NIM : 1710412310039
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Orientasi Belanja dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Marketplace Tokopedia (Studi Mahasiswa FISIP ULM Banjarmasin)
Tempat Ujian : Online
Waktu Ujian : 08.30 Wita s.d Selesai
Nilai : **81,3**
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

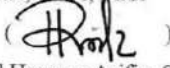
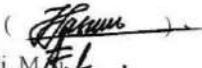

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 24 November 2022

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Rifqi Tri Kesuma

1. Ketua : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
()
2. Sekretaris : Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos, MM
()
3. Anggota : Dr. Fitriyadi, M.Pd
()

Mengetahui/membenarkan :

a.n. Dekan

Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,

Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos, MM
NIP. 19760414 200112 1 003



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**DAFTAR NILAI RATA-RATA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Rifqi Tri Kesuma
NIM : 1710412310039
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Orientasi Belanja dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Marketplace Tokopedia (Studi Mahasiswa FISIP ULM Banjarmasin)

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si	83	
2.	Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos, MM	80	
3.	Dr. Fitriyadi, M.Si	81	
Jumlah		244	
Nilai Rata-rata		81.3	Nilai Akhir =

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 24 November 2022

Catatan :

Angka	Nilai	Bebot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI
MAHASISWA FISIP ULM**

Nama : Rifqi Tri Kesuma
NIM : 1710412310039
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Orientasi Belanja dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Marketplace Tokopedia (Studi Mahasiswa FISIP ULM Banjarmasin)

Nama Penguji I : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si

No.	Koreksi (Saran Perbaikan)	
1.	Latar Belakang	
2.	Tinjauan Pustaka / Kerangka Teori	
3.	Metode Penelitian	Lihat Skripsi
4.	Hasil dan Pembahasan	
5.	Lain-lain	

Banjarmasin, 24 November 2022

Penguji I,

Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI
MAHASISWA FISIP ULM**

Nama : Rifqi Tri Kesuma
NIM : 1710412310039
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Orientasi Belanja dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Marketplace Tokopedia (Studi Mahasiswa FISIP ULM Banjarmasin)

Nama Penguji II : Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos, MM

No.	Koreksi (Saran Perbaikan)	
1.	Latar Belakang	
2.	Tinjauan Pustaka / Kerangka Teori	} <i>all</i> <i>Revisi 6/2022</i> <i>3</i> <i>Hasanur</i>
3.	Metode Penelitian	
4.	Hasil dan Pembahasan	
5.	Lain-lain	

Banjarmasin, 24 November 2022
Penguji II,


Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos, MM



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI
MAHASISWA FISIP ULM**

Nama : Rifqi Tri Kesuma
NIM : 1710412310039
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Orientasi Belanja dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Marketplace Tokopedia (Studi Mahasiswa FISIP ULM Banjarmasin)

Nama Penguji III : Dr. Fitriyadi, M.Si

No.	Koreksi (Saran Perbaikan)		
1.	Latar Belakang	} Lihat skripsi	
2.	Tinjauan Pustaka / Kerangka Teori		
3.	Metode Penelitian		
4.	Hasil dan Pembahasan		
5.	Lain-lain		

Banjarmasin, 24 November 2022

Penguji III,

Dr. Fitriyadi, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini,

Nama : Rifqi Tri Kesuma

Tempat/Tanggal Lahir : Banjarmasin, 08 Oktober 1998

NIM : 1710412310039

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Alamat : Jl. Belitung Darat Gg. Karya VII, Kuin Cerucuk, Kec.

Banjarmasin Barat, Kalimantan Selatan.

Dengan ini menyatakan, bahwa sesungguhnya tulisan dan data yang saya muat dalam karya ilmiah/skripsi ini bukan hasil dari plagiat dan apabila dikemudian hari ditemukan data yang terindikasi adanya penyimpangan/pemalsuan pada bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh tanpa adanya paksaan dari pihak manapun, untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, November 2022
Mahasiswa Yang Bersangkutan

Rifqi Tri Kesuma
1710412310039

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang, yang telah melimpahkan rahmat taufik serta hidayah-Nya kepada peneliti sehingga bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Orientasi Belanja dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online pada *Marketplace* Tokopedia (Studi Mahasiswa FISIP ULM Banjarmasin)”. sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun secara material dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
3. Bapak M. Hasanur Ariffin, S.Sos, MM. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

4. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, semangat dan arahan serta saran-saran yang membangun kepada penulis sehingga baik penulisan maupun pembahasan skripsi ini menjadi lebih baik.
5. Bapak M. Hasanur Ariffin, S.Sos, MM. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan saran, bimbingan dan bersedia meluangkan waktu untuk mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Fitriyadi, M.Si. Selaku Dosen Penguji yang telah banyak memberikan saran, bimbingan dan bersedia meluangkan waktu untuk mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama perkuliahan kepada penulis.
8. Seluruh Staff Tata Usaha (BAAK) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta Staff Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah membantu kelancaran studi selama penulis menjalani masa perkuliahan. Teman-teman dan seluruh pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.
9. Teman-teman dan seluruh pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini
10. Ayah, Ibu dan kedua kakak saya yang telah memberikan dukungan baik secara moral maupun material.

Penulis menyadari bahwa di dalam pembuatan laporan ini jauh dari kesempurnaan, baik dari segi bahasa, maupun penulisannya. Meskipun telah berusaha secara maksimal akan tetapi disebabkan keterbatasan ilmu dan kemampuan yang dimiliki oleh penulis, maka dari itu segala saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan demi menyempurnakan skripsi ini.

Banjarmasin, November 2022

Rifqi Tri Kesuma
1710412310039

ABSTRAK

Rifqi Tri Kesuma, 1710412310039, 2022. Pengaruh Orientasi Belanja dan Kepercayaan terhadap Minat Beli secara *online* pada *marketplace* Tokopedia (Studi Mahasiswa FISIP ULM Banjarmasin). Dibawah bimbingan Irwansyah dan Hasanur Arifin.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara parsial dan simultan pengaruh Orientasi Belanja (X1) dan Kepercayaan (X2) terhadap Minat Beli (Y) pada *Marketplace* Tokopedia.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fisip ULM Banjarmasin dengan jumlah 140 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling, yaitu purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisa data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian membuktikan terdapat pengaruh signifikan secara parsial Orientasi Belanja (X1) terhadap Minat Beli (Y) dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dengan nilai t hitung $5,909 > t$ tabel 1,65605 dan besar pengaruh secara parsial 30,7% dikategorikan cukup rendah. Dengan demikian hipotesis pertama (H1) diterima. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial Kepercayaan (X2) terhadap Minat Beli (Y) dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dengan nilai t hitung $4,032 > t$ tabel 1,65605 dan besar pengaruh secara parsial 19,3% dikategorikan cukup rendah. Dengan demikian hipotesis kedua (H2) diterima. Pengujian secara bersama-sama menunjukkan terdapat pengaruh signifikan secara simultan Orientasi Belanja (X1) dan Kepercayaan (X2) terhadap Minat Beli (Y) dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dengan nilai F hitung $68,544 > F$ tabel 3,06 dan besar pengaruh secara simultan 50%. Dengan demikian hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini diterima.

Kata Kunci: Orientasi Belanja, Kepercayaan, Minat Beli

ABSTRACT

Rifqi Tri Kesuma, 1710412310039, 2022, The Effect of Shopping Orientation and Online Trust on Online Purchase Intention in the Tokopedia Marketplace (Study on FISIP ULM Students). Under the guidance of Irwansyah and Hasanur Arifin.

The purpose of this study was to partially and simultaneously test the effect of Shopping Orientation (X1) and Online Trust (X2) on Purchase Intention (Y) on Tokopedia Marketplace.

This study uses a quantitative approach. The sample in this study is ULM FISIP Banjarmasin Students with a total of 140 respondents with a sampling technique using non-probability sampling, namely purposive sampling. Data collection techniques using questionnaires and data analysis using multiple linear regression analysis.

The results of the study prove that there is a partially significant effect Shopping Orientation (X1) on Online Purchase Intention (Y) with a significant value of 0.000 with a t count value of 5,909 > t table 1,65605 and a partial effect of 30,7% categorized as low. Thus the first hypothesis (H1) is accepted. There is a partially significant effect of Online Trust (X2) on Online Purchase Intention (Y) with a significant value of 0.000 with a t count value of 4,032 > t table 1,65605 and a partial effect of 19,3% categorized as low. Thus the second hypothesis (H2) is accepted. The joint test shows that there is a simultaneous significant effect of Shopping Orientation (X1) and Online Trust (X2) on Online Purchase Intention (Y) with a significant value of 0.000 with a value of F count 68,544 > F table 3.06 and a large simultaneous effect 50%. Thus the third hypothesis (H3) in this study is accepted.

Keywords: *Shopping Orientation, Online Trust, Online Purchase Intention*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Tinjauan Teori	17
2.1.1 Pemasaran	17
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	17
2.1.1.2 Konsep Pemasaran.....	18
2.1.1.3 Bauran Pemasaran.....	20
2.1.2 Minat Beli	22
2.1.2.1 Pengertian Minat Beli	22
2.1.2.2 Tahapan Dalam Minat Beli	24
2.1.2.3 Aspek Minat Beli	25
2.1.2.4 Faktor Minat Beli.....	27
2.1.2.5 Indikator Minat Beli.....	28
2.1.3 Orientasi Belanja	30
2.1.3.1 Pengertian Orientasi Belanja	30
2.1.3.2 Jenis Orientasi Belanja.....	31
2.1.3.3 Indikator Orientasi Belanja	32
2.1.4 Kepercayaan.....	32
2.1.4.1 Pengertian Kepercayaan.....	32
2.1.4.2 Faktor Kepercayaan	34
2.1.4.3 Indikator Kepercayaan	35
2.2 Hubungan Antar Variabel	36
2.2.1 Pengaruh Orientasi Belanja Terhadap Minat Beli.....	36
2.2.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli	36
2.2.3 Pengaruh Orientasi Belanja dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli	37

2.3	Hasil Penelitian Terdahulu	38
2.4	Model Penelitian	42
2.5	Hipotesis Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN		44
3.1	Pendekatan Penelitian	44
3.2	Desain Penelitian	44
3.3	Lokasi Penelitian.....	45
3.4	Populasi, Besar Sampel dan Tehnik Sampling	45
3.4.1	Populasi.....	45
3.4.2	Besar Sampel.....	45
3.4.3	Tekhnik Sampling	46
3.5	Definisi Operasional Variabel	46
3.5.1	Variabel Independen.....	46
3.5.2	Variabel Dependen	49
3.6	Teknik Pengumpulan data	53
3.6.1	Data Primer	53
3.6.2	Data Sekunder	53
3.7	Teknik Analisa data	54
3.7.1	Skala Pengukuran	54
3.7.2	Deskriptif Statistik.....	54
3.7.3	Uji Validitas	55
3.7.4	Uji Reliabilitas.....	56
3.7.5	Uji Persyaratan Analisis.....	56
3.7.5.1	Uji Normalitas	56
3.7.5.2	Uji Heterokedastisitas	57
3.7.5.3	Uji Multikolinieritas.....	57
3.7.5.4	Uji Autokorelasi.....	58
3.7.5.5	Analisis Regresi Linier Berganda	58
3.7.6	Alat Uji Hipotesis	59
3.7.6.1	Uji Signifikan Parsial (Uji-t)	59
3.7.6.2	Uji Signifikan Simultan (Uji F)	59
3.7.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN		61
4.1	Profil Responden	61
4.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	63
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Orientasi Belanja (X1) ..	64
4.2.2	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan (X2).....	73
4.2.3	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli (Y)	76
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	81

4.3.1	Uji Validitas	81
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	83
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	84
4.4.1	Uji Normalitas	84
4.4.2	Uji Heterokedastisitas	86
4.4.3	Uji Multikolinieritas	87
4.4.4	Uji Autokorelasi	88
4.5	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	89
4.6	Pengujian Hipotesis	91
4.6.1	Uji Signifikan Parsial (Uji t)	91
4.6.2	Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	93
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	94
BAB V PEMBAHASAN HASIL		95
5.1	Pembahasan	95
5.2	Model Akhir Penelitian	98
5.3	Implikasi Hasil Penelitian	98
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	99
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		100
6.1	Kesimpulan.....	100
6.2	Saran.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	50
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Variabel.....	54
Tabel 3.3 Rentang kategori jawaban responden.....	55
Tabel 3.4 Interpretasi Nilai r	60
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi	62
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku.....	63
Tabel 4.5 Menikmati berbelanja melalui marketplace Tokopedia	64
Tabel 4.6 Belanja di Tokopedia membuat hati menjadi gembira dan puas	64
Tabel 4.7 Membeli produk di Tokopedia karena marketplace yang sudah terkenal.....	65
Tabel 4.8 Produk yang ditawarkan <i>Up to date</i> dengan tren <i>fashion</i>	66
Tabel 4.9 Harga yang ditawarkan Tokopedia Terjangkau dibandingkan marketplace lain.	66
Tabel 4.10 Kualitas produk sesuai dengan harga	67
Tabel 4.11 Pelayanan Tokopedia membuat saya merasa aman dalam melakukan pembelian.	68
Tabel 4.12 Yakin bahwa membeli produk di Tokopedia adalah pilihan yang tepat.....	68
Tabel 4.13 Hemat waktu dalam membeli produk yang dibutuhkan.....	69
Tabel 4.14 Membeli karena nyaman dalam berbelanja dan juga bertransaksi.	69
Tabel 4.15 Berbelanja online di Tokopedia dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja.	70
Tabel 4.16 Berbelanja online tidak perlu keluar rumah.	71
Tabel 4.17 Tertarik melakukan pembelian ulang di <i>marketplace</i> Tokopedia.....	71
Tabel 4.18 Tidak berpindah toko/merek Ketika terjadi perubahan harga.....	72

Tabel 4.19 Merasa aman saat membeli produk di marketplace Tokopedia.....	73
Tabel 4.20 Tokopedia memberikan cukup bukti testimoni.....	73
Tabel 4.21 Tokopedia menjaga data privasi pembeli dengan baik.....	74
Tabel 4.22 Percaya dalam bertukar informasi dan tidak disalah gunakan.....	74
Tabel 4.23 Produk yang ditawarkan meyakinkan dan sesuai dengan harapan.	75
Tabel 4.24 Berbelanja di tokopedia dapat dipercaya dan amanah.....	76
Tabel 4.25 Berminat membeli karena banyak pilihan produk.	76
Tabel 4.26 Berminat membeli karena produknya berkualitas dan dapat dipercaya.	77
Tabel 4.27 Mereferensikan kepada orang lain yang akan membeli produk secara online.	77
Tabel 4.28 Akan mereferensikannya karena pengalaman Ketika berbelanja yang bagus.....	78
Tabel 4.29 Berminat membeli di Tokopedia dibandingkan tempat lain.....	79
Tabel 4.30 memiliki referensi dalam memilih karena banyak produk yang ditawarkan.	79
Tabel 4.31 Melakukan pembelian ulang dengan produk yang lainnya.	80
Tabel 4.32 Mencari informasi tentang produk yang akan dibeli.	81
Tabel 4.33 Hasil Uji Validitas	82
Tabel 4.34 Hasil Uji Reliabilitas	84
Tabel 4.35 Hasil uji normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S).....	86
Tabel 4.36 Hasil uji multikolinearitas.....	88
Tabel 4.37 Uji Autokorelasi	88
Tabel 4.38 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	90
Tabel 4.39 Hasil Uji t.....	91
Tabel 4.40 Hasil Uji F.....	93
Tabel 4.41 Hasil Uji Koefisien Determinasi	94
Tabel 4.42 Hasil Perhitungan Sumbangan Efektif Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4.43 Hasil Perhitungan Sumbangan Relatif. Error! Bookmark not defined.	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 1.2 Nominal Transaksi E-Commerce (2017-2020)	4
Gambar 1.3 Pengunjung web Bulanan Tertinggi Kuartal III 2021	5
Gambar 1.4 Presentase alasan melakukan Minat Beli secara <i>online</i>	8
Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	42
Gambar 4.1 Histogram Hasil Uji Normalitas	85
Gambar 4.2 P-P Plot Hasil Uji Normalitas	85
Gambar 4.3 Scatterplot Hasil Uji Heterokedastisitas	87
Gambar 5.1 Model Akhir Penelitian.....	98

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I Koesioner Penelitian

LAMPIRAN II Tabulasi Data Hasil Koesioner

LAMPIRAN III Hasil Output Tabel Frekuensi dengan SPSS 26, 2022

LAMPIRAN IV Hasil Output Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik Dan Uji Regresi Linear Berganda dengan SPSS versi 26