

INTISARI

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN TRANSAKSI *ONLINE* PADA TOKOPEDIA

Erbha Nur Fidya

13/355007/SV/04917

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan adanya pengaruh atau hubungan antara sikap terhadap keputusan pembelian dengan transaksi *online* di Tokopedia. Tokopedia adalah salah satu *marketplace* yang ada di Indonesia. Tokopedia sudah berjalan selama 5 tahun dan telah menuai banyak kesuksesan. Melalui serangkaian analisis data dan pengambilan data dari berbagai sumber. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak-pihak terkait.

Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* untuk menemukan responden yang sesuai dengan tujuan. Kemudian dari hal tersebut diambil data primer dengan menyebarkan kuisioner kepada pengguna Tokopedia. Kuisioner disebarkan kepada 100 orang responden. Selain itu, untuk menganalisis data yang telah diperoleh digunakan aplikasi SPSS 15 untuk memudahkan interpretasi data.

Hasil dari penelitian ini yaitu sikap konsumen mempengaruhi proses keputusan pembelian dengan transaksi *online* di Tokopedia. Hal tersebut ditunjukkan dengan angka korelasi sebesar 0.738 yang berarti hubungan kedua variabel tersebut erat. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel searah. Sedangkan hasil uji regresi diketahui angka *R square* adalah 0.544. Angka tersebut menunjukkan 54.4% dari keputusan pembelian dapat dijelaskan dengan variabel sikap konsumen dan sisanya dijelaskan dengan faktor lain. Diketahui juga bahwa *standard error estimate* sikap sebesar 1.50040, pada analisis sebelumnya deviasi standar sikap sebesar 3.88911. Hal tersebut menunjukkan bahwa model regresi lebih bagus sebagai peramal keputusan pembelian karena nilai koefisiennya lebih kecil dari deviasi standarnya. Selanjutnya terdapat uji anova dengan hasil F hitung yaitu 116.995 dengan tingkat signifikansi 0.000. maka bisa dikatakan model regresi dapat digunakan sebagai alat prediksi keputusan pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa sikap konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian seseorang di Tokopedia. Namun ada faktor-faktor lain yang belum diketahui dapat mempengaruhi keputusan pembelian di Tokopedia. Oleh karena itu, perlu adanya penelitian untuk menemukan faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Tokopedia. Sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, sikap konsumen harus diperhatikan dengan seksama sebagai salah satu kunci untuk memprediksi keputusan pembelian.

Kata kunci : sikap konsumen, keputusan pembelian

ABSTRACT

CONSUMER BEHAVIOR ANALYSIS TOWARD BUY DECISION WITH ONLINE TRANSACTION AT TOKOPEDIA

Erbha Nur Fidya

13/355007/SV/04917

This study aims to find the influence or relationship between consumer behavior toward buy decisions with online transactions at Tokopedia. Tokopedia is one marketplace that exist in Indonesia. Tokopedia has been running for 5 years and have reaped many successes. Through a series of data analysis and retrieval of data from various sources. This research is expected to help another research dan stakeholder.

This study using purposive sampling method to find the respondent in accordance with the purpose. Then from that, primary data has been taken by distributing questionnaires and interviews with respondent. A questionnaire was distributed to 100 users Tokopedia. Same as for the interview that use Tokopedia users. In addition, to analyze the data that has been obtained is used SPSS 15 for easy interpretation of the data.

Results from this research that consumers behavior influence buy decision with online transactions at Tokopedia. This is indicated by the number of correlation of 0.738, which means that relationship between the two variables is close. Positive coefficient values indicate that the relationship between the two variables is in the same direction. The results of the regression test is R^2 square 0.544. R^2 square shows 54.4% of buy decision can be explained by the variable consumer behavior and the rest is explained by other factors. Note also that the standard error of the estimate behavior is 150040, on prior analysis standard deviation of behavior is 3.88911. It shows that the regression model is better as a predictor for purchasing decisions because the value is smaller than the standard deviation. Furthermore there ANOVA test with a result of 116 995 F calculate that with a significance level of 0.000. it can be argued regression model can be used as a predictive tool purchase decision. It shows that consumer behavior will influence the buying decision in Tokopedia. However there are other factors that have not been known to influence buy decision in Tokopedia. Therefore, the need for research to discover the factors that influence buy decision in Tokopedia. As one of the factors that influence purchasing decisions, consumer attitudes must be looked at closely as one of the keys to predicting purchasing decisions.

Keywords: consumer behavior, buy decision