

# Universitas Bina Nusantara

---

Jurusan Sistem Informasi  
Program Studi Komputerisasi Akuntansi  
Skripsi Sarjana Komputer  
Semester Ganjil tahun 2000

## MINAT KONSUMEN UNTUK BERBELANJA BARANG ELEKTRONIK DAN BUKU SECARA ON-LINE (STUDI KASUS : DOSEN UNIVERSITAS BINA NUSANTARA)

Natalia Desiani  
Yusniar

NIM : 0223970267  
NIM : 0223972095

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti minat konsumen untuk membeli buku dan barang elektronik secara *on-line*, meneliti apakah faktor kelengkapan informasi, kepercayaan konsumen, isi/*content* dari buku, harga, pelayanan dan tampilan layar berpengaruh terhadap ketertarikan konsumen (Y1), frekuensi *clickthrough* (Y2) dan frekuensi transaksi (Y3).

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada dosen yang bekerja di Universitas Bina Nusantara. Untuk selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode statistik regresi linier berganda.

Dari penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa ketertarikan konsumen untuk berbelanja barang elektronik secara *on-line* sebesar 67,9%, frekuensi *clickthrough* yang dilakukan konsumen untuk berbelanja barang elektronik secara *on-line* sebesar 61,1 % dan frekuensi transaksi konsumen untuk berbelanja barang elektronik sebesar 53,88%. Ketertarikan konsumen untuk berbelanja buku secara *on-line* sebesar 68,02 %, frekuensi *clickthrough* yang dilakukan konsumen untuk berbelanja buku secara *on-line* sebesar 59,58 % dan frekuensi transaksi konsumen untuk berbelanja buku sebesar 59,58%.

Dengan penelitian yang dilakukan berdasarkan variabel kelengkapan informasi, kepercayaan konsumen, isi/*content* dari buku, harga, pelayanan dan tampilan layar, disimpulkan bahwa variabel kelengkapan informasi, isi/*content* dari buku (khusus buku) dan tampilan layar mempengaruhi ketertarikan konsumen untuk berbelanja. Variabel tampilan layar mempengaruhi frekuensi *clickthrough* yang dilakukan oleh responden yang tertarik dengan iklan banner. Sedangkan variabel harga dan pelayanan mempengaruhi frekuensi transaksi yang dilakukan oleh konsumen.

### Kata Kunci

Minat, Berbelanja *on-line*, Variabel, Buku, Barang elektronik

## PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah-Nya yang diberikan kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi dengan judul “Minat Konsumen Untuk Berbelanja Barang Elektronik dan Buku Secara On-line (Studi Kasus : Dosen Universitas Bina Nusantara)” yang disusun penulis adalah syarat yang harus ditempuh penulis untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata-1 di Universitas Bina Nusantara.

Penulis menyadari bahwa didalam menyelesaikan skripsi ini, penulis telah melewati serangkaian tahapan sejak masuk Universitas Bina Nusantara. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Ir. Theresia Widia Soeryaningsih, MM, selaku Rektor Universitas Bina Nusantara, Jakarta, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di institusi pendidikan di bawah pimpinan Beliau.
2. Bapak H.Mochammad Subekti, M.Sc, selaku Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Edi Abdurachman, Ir., MS., MSc., Dr., dan Bapak Andreas Soegandi, S.Kom., MM. yang telah banyak membimbing dan mengarahkan penulis dengan sabar dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Universitas Bina Nusantara yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis baik semasa kuliah maupun dalam menyelesaikan skripsi ini dan Staf Akademik dan Sekretariat Umum yang telah membantu memperlancar prosedur dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Orang tua yang telah menyekolahkan sehingga penulis dapat meraih gelar kesarjanaan dalam bidang studinya, dan juga memberikan dukungan moral, semangat dan mental dalam penulisan skripsi.
6. Yusniar secara pribadi ingin berterima kasih kepada Tuhan Yesus yang telah memberikan berkat dan mujizat dan *kam sia ka* Margono Maja (*Ahia*), Sutini (*Aci*), Restianto (*Sio ti*), Jusniwati (*sio be*), Ana (*Ii*) dan Kunto (*I tiuw*), Evo (“Nancy” Nenek Sihir, Puteri Kodok, Puteri Jepang Hitam, Misteri Gunung Berapi (MGB), Hungry Gosh, Agen Pemerintah, Si Hitam, Blue Flower), Mince (Sahabat terbaik) dan Natalia Desiani (Ayam, Jigong Binus, Tukang Review, Cookies Monster). Thanks buat dukungan dan doa serta pengertiannya. *I love you so much... Woi...Pekan lang gua pi giap diau gia tio A, lo.*
7. Natalia personally want to thank Lord Jesus, You are all I want in my life. I love You, Lord, more than words can say; Sara Agustina (sister) for lending the computer; Evo (best friend) who always gives support, cheers and prayer; Rofi in USA for your love, prayer and support; Revina and Uut for installing SPSS; Rudianto for misscalls from ATL and last but not least, Yusniar (Bayi Prematur; *Feng Feng* yang “asyik berat”; Kumis Jojon; Puteri Vietnam) for being my greatest partner all over the world. “We did it, Fang!!! We got it!!!”  
Euy...., orang Sunteceerrr, gue lulus A, euy....!! Gue seneng banget neh....
8. Dalam menyelesaikan skripsi ini, walaupun penulis sudah berusaha semaksimal mungkin, penulis masih menyadari adanya kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu penulis sangat menghargai dan berterima kasih untuk saran-saran maupun kritik yang bersifat membangun dan mendorong ke arah pengembangan penulisan skripsi ini lebih lanjut.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi tulisan yang bermanfaat bagi pengembangan penelitian selanjutnya, khususnya di Universitas Bina Nusantara.

Jakarta, Januari 2001

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman Judul Dalam .....	i
Halaman Persetujuan <i>Hardcover</i> .....	ii
Abstrak .....	iii
Prakata .....	iv
Daftar Isi .....	vii
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Lampiran .....	xii
Daftar Gambar .....	xiii

### BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup .....	2
1.3 Tujuan dan Manfaat .....	3
1.3.1 Tujuan .....	3
1.3.2 Manfaat .....	4
1.4 Hipotesis .....	4
1.5 Metodologi Penelitian .....	5
1.5.1 Metodologi Pengumpulan Data .....	5
1.5.1.1 Metode Perpustakaan .....	5
1.5.1.2 Penelitian Lapangan .....	5
1.5.2 Metode Analisis Data .....	5
1.6 Sistematika Penulisan .....	6

1.7	Definisi .....	7
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI</b>		
2.1	Internet .....	9
2.1.1	Pengertian Internet .....	9
2.1.2	Sejarah Internet .....	9
2.2	Pengertian Internet Commerce .....	11
2.2.1	Perkembangan E-Commerce di Indonesia .....	11
2.2.2	Berbelanja melalui E-Commerce .....	13
2.2.3	Mengapa E-Commerce? .....	14
2.2.4	Keuntungan bagi sebuah Organisasi .....	14
2.2.5	Keuntungan bagi Pembeli .....	15
2.2.6	Model Bisnis E-Commerce .....	16
2.3	Statistik .....	17
2.3.1	Pengumpulan Data .....	18
2.3.2	Pengolahan Data .....	18
2.3.3	Pengujian Hipotesis .....	19
2.3.4	Regresi Linier Ganda .....	20
2.3.5	Pengujian Hipotesis dengan Menggunakan uji t .....	21
2.3.6	Pengujian Hipotesis dengan Menggunakan uji F .....	22
<b>BAB 3 HASIL PENELITIAN</b>		
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian .....	24
3.2	Metode Pengumpulan Data .....	24
3.2.1	Sampling .....	24
3.2.2	Metode Pengumpulan Data .....	25

3.3	Metode Analisis .....	25
3.4	Hipotesis .....	26
3.5	Metode Analisis .....	27
3.6	Skala .....	31

#### **BAB 4 ANALISA HASIL PENELITIAN**

4.1	Hasil Kuesioner .....	32
4.2	Analisis Data .....	33
4.2.1	Barang Elektronik .....	35
4.2.1.1	Regresi Linier Barang Elektronik $Y_1$ .....	35
4.2.1.2	Regresi Linier Barang Elektronik $Y_2$ .....	40
4.2.1.3	Regresi Linier Barang Elektronik $Y_3$ .....	46
4.2.2	Buku .....	51
4.2.2.1	Regresi Linier Buku $Y_1$ .....	51
4.2.2.2	Regresi Linier Buku $Y_2$ .....	57
4.2.2.3	Regresi Linier Buku $Y_3$ .....	64
4.3	Pembahasan .....	70
4.3.1	Ketertarikan Konsumen untuk Berbelanja .....	70
4.3.2	Frekuensi <i>Clickthrough</i> .....	73
4.3.3	Frekuensi Transaksi .....	74
4.4	Kesimpulan dan Pembahasan dalam bentuk Tabel .....	75

#### **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan .....	77
5.2	Saran .....	78

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
-----------------------------	-----------

RIWAYAT HIDUP .....79

LAMPIRAN-LAMPIRAN

FOTOCOPY SURAT SURVEI



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.6.1	Tabel Skala Pengukuran Kuesioner .....	29
Tabel 4.2-1	Tabel Minat Konsumen terhadap Barang Elektronik .....	31
Tabel 4.2-2	Tabel Minat Konsumen terhadap Buku .....	32
Tabel 4.2.1.1	Tabel Hasil Analisis Estimasi Regresi .....	33
Tabel 4.1.1.2	Tabel Hasil Analisis Estimasi Regresi .....	39
Tabel 4.2.1.3	Tabel Hasil Analisis Estimasi Regresi .....	45
Tabel 4.2.2.1	Tabel Hasil Analisis Estimasi Regresi .....	50
Tabel 4.2.2.2	Tabel Hasil Analisis Estimasi Regresi .....	56
Tabel 4.2.2.3	Tabel Hasil Analisis Estimasi Regresi .....	62
Tabel 4.4-1	Kesimpulan Pembahasan Barang Elektronik .....	73
Tabel 4.4-2	Kesimpulan Pembahasan Buku .....	73

## DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner .....	L-1
Data Kuesioner Barang Elektronik .....	L-3
Data Kuesioner Buku .....	L-6
Hasil Regresi Barang Elektronik .....	L-9
Hasil Regresi Buku .....	L-12
Rata-rata Data Barang Elektronik .....	L-15
Rata-rata Data Buku .....	L-17

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.3-1 Model Analisis .....	25
-----------------------------------	----