

## Abstrak

Penelitian ini berdasarkan pada teori *planned behavior* dari Icek Ajzen (2005). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan kontribusi determinan- determinan *intention* untuk membeli produk melalui *onlinshop* dan kekuatan hubungan antar determinan-determinan *intention* pada Mahasiswa Universitas X Bandung. Pemilihan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Sampel penelitian yang berukuran 300 ini merupakan mahasiswa Universitas X Bandung yang melakukan pembelian minimal 3 kali dalam sebulan melalui *onlineshop*.

Alat ukur yang digunakan adalah kuesioner *Planned Behavior* yang disusun oleh Icek Ajzen (2005), dan dimodifikasi oleh peneliti. Berdasarkan uji validitas menggunakan *construct validity* dan uji reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach* diperoleh 33 item valid dan hasil reliabilitas sebesar 0.78. Data hasil penelitian ini diolah menggunakan analisis regresi dan teknik regresi berganda. Determinan yang berkontribusi secara signifikan adalah *perceived behavioral control* yaitu sebesar 0.374, *attitude toward the behavior* yaitu sebesar 0.245 dan *subjective norms* yaitu sebesar 0.127.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mengajukan saran pada peneliti selanjutnya untuk meneliti sampai perilaku konsumen untuk membeli secara *online*. Bagi mahasiswa menyeleksi kembali produk-produk yang akan dibeli berdasarkan manfaat dan kepentingan barang tersebut.

Kata kunci : kontribusi, *intention*, determinan-determinan *intention*, pembelian produk, *onlineshop*

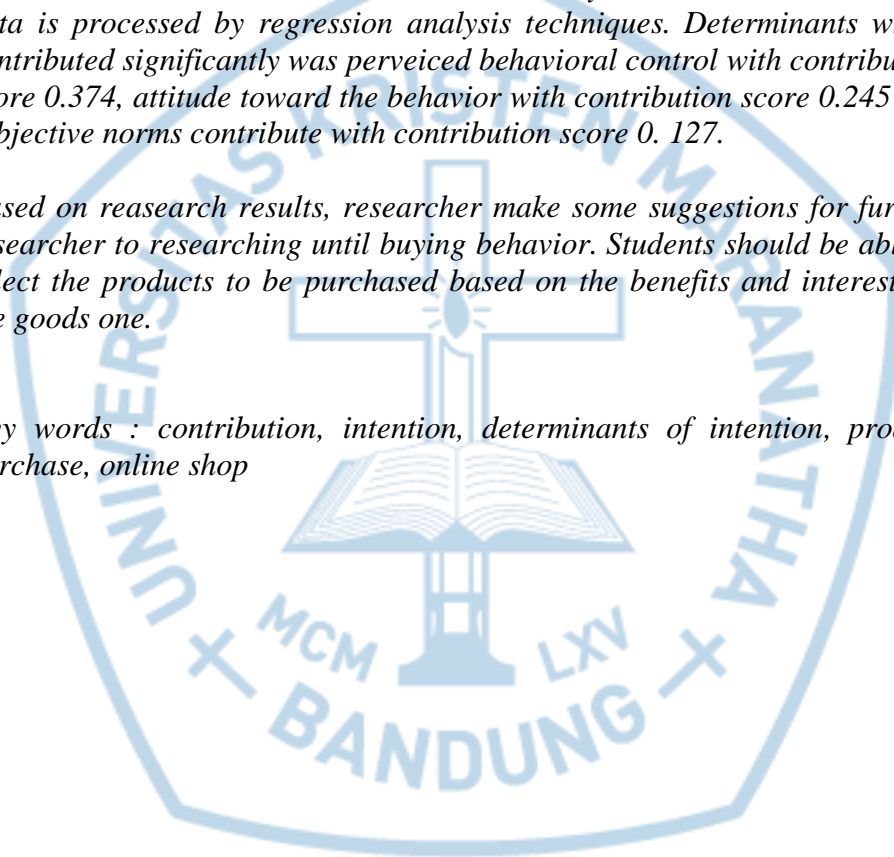
### **Abstract**

*This research was based on the theory of planned behavior by Icek Ajzen (2005). The purpose of this study was to discover the contribution of intention's determinants to intention to buy products through onlineshop on students of University "X" Bandung. The sample selection was done by using accidental sampling technique. The participants were 300 peoples was a student of Universitas X Bandung who made a purchase through onlineshop.*

*The measuring instrument of this research was planned behavior questionnaire which was arranged by Icek Ajzen (2005) and modified by researcher. Based on construct validity and Alpha Cronbach reliability test, 33 valid items were obtained with reliability scored at 0.784. Research data is processed by regression analysis techniques. Determinants which contributed significantly was pervediced behavioral control with contribution score 0.374, attitude toward the behavior with contribution score 0.245 and subjective norms contribute with contribution score 0.127.*

*Based on reasearch results, researcher make some suggestions for further researcher to researching until buying behavior. Students should be able to select the products to be purchased based on the benefits and interests of the goods one.*

*Key words : contribution, intention, determinants of intention, product purchase, online shop*



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	5
1.3.1 Maksud Penelitian .....	5
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Kegunaan Penelitian .....	6
1.4.1 Kegunaan Teoretis .....	6
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	6
1.5 Kerangka Pikir .....	6
1.6 Asumsi Penelitian .....	11
1.6 Hipotesis Penelitian .....	12

<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	13
2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	13
2.1.1 <i>Intention</i> .....	13
2.1.2 <i>Attitude Toward the Behavior</i> .....	15
2.1.3 <i>Subjective Norms</i> .....	16
2.1.4 <i>Perceived Behavior Control (PBC)</i> .....	17
2.1.5 Pengaruh Determinan-determinan <i>Intention</i> Terhadap <i>Intention</i> .....	18
2.1.6 Hubungan antar Determinan-determinan <i>Intention</i> .....	19
2.1.7 Faktor-faktor yang Melatarbelakangi <i>Intention</i> .....	20
2.2 Teori Perilaku Konsumen .....	21
2.2.1 Definisi Keputusan Pembelian .....	21
2.2.2 Tahapan-tahapan Keputusan Membeli .....	22
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	26
3.1 Metode Penelitian .....	26
3.2 Bagan Prosedur Penelitian .....	26
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	26
3.3.1 Variabel Penelitian .....	26
3.3.2 Definisi Konseptual .....	27
3.3.2.1 Definisi Konseptual <i>Intention</i> .....	27
3.3.2.2 Definisi Konseptual Determinan .....	27
3.3.3 Definisi Operasional .....	27

3.3.3.1 Definisi Operasional <i>Intention</i> .....	27
3.3.3.2 Definisi Operasional Determinan .....	27
3.4 Alat Ukur .....	28
3.4.1 Alat Ukur <i>Intention</i> dan Determinan <i>Intention</i> .....	28
3.4.2 Kisi-kisi Alat Ukur .....	28
3.4.3 Prosedur Pengisian .....	29
3.4.4 Sistem Penilaian .....	29
3.4.5 Data Sosio Demografis .....	29
3.5 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur .....	30
3.5.1 Validitas Alat Ukur .....	30
3.5.2 Reliabilitas Alat Ukur .....	31
3.6 Populasi Sasaran dan Teknik Penarikan Sampel .....	32
3.6.1 Populasi Sasaran .....	32
3.6.2 Karakter Populasi .....	32
3.6.3 Teknik Penarikan Sampel .....	33
3.7 Teknik Analisis Data .....	33
3.8 Uji Asumsi Klasik .....	34
a Data Interval .....	34
b Uji Normalitas .....	34
c Uji Autokorelasi .....	34
d Uji Multikolinearitas.....	34
e Uji Heteroskedastisitas .....	34
3.9 Hipotesis Statistik .....	35

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1 Gambaran Responden Penelitian .....	37
4.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
4.1.2 Gambaran Responden Usia .....	37
4.1.3 Gambaran Responden Berdasarkan Alokasi Dana .....	37
4.1.4 Gambaran Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	38
4.1.5 Gambaran Responden Berdasarkan Alasan Pembelian .....	38
4.2 Gambaran Hasil Penelitian .....	38
4.3 Pembahasan .....	39
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>44</b>
5.1 Simpulan .....	44
5.2 Saran .....	44
5.1.1 Saran Teoretis .....	44
5.1.2 Saran Praktis .....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>46</b>
<b>DAFTAR RUJUKAN .....</b>	<b>47</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1	Kisi-kisi Alat Ukur..... 29
Tabel 3.2	Sistem Penilaian..... 30
Tabel 4.1	Gambaran Jenis Kelamin..... 37
Tabel 4.2	Gambaran Usia ..... 37
Tabel 4.3	Gambaran Alokasi Dana..... 37
Tabel 4.4	Gambaran Frekuensi Pembelian..... 38
Tabel 4.5	Gambaran Alasan Pembelian..... 38



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1	Bagan Kerangka Pikir ..... 11
Gambar 2.1	Bagan <i>Theory of Planned Behavior</i> ..... 21
Gambar 3.1	Bagan Prosedur Penelitian..... 27
Gambar 4.1	Kontribusi Determinan <i>Intention</i> terhadap <i>Intention</i> ..... 38





## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1	Lembar Persetujuan ..... L-1
Lampiran 2	Data Sosiodemografi dan kuisisioner ..... L-2
Lampiran 3	Kisi- kisi Variabel <i>Intention</i> ..... L-5
Lampiran 4	Validitas dan Reliabilitas ..... L-6
Lampiran 5	Uji Asumsi Klasik..... L-8
Lampiran 6	Uji Regresi Determinan <i>Intention</i> terhadap <i>Intention</i> ..... L-10
Lampiran 7	Korelasi Data Sosiodemografis dengan <i>Intention</i> ..... L-11
Lampiran 8	Data Mentah..... L-13

