

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh timbulnya fenomena belanja *online* baik melalui *online shop* ataupun dari jejaring sosial. Secara khusus, penelitian ini mengulas belanja *online* melalui forum jual beli Tokobagus.com. Perkembangan pengguna internet mendorong adanya suatu potensi besar terciptanya *online shopping*, menurut data setiap tahunnya terjadi peningkatan signifikan pemakai dan pelanggan internet bahwa pengguna internet di Asia terbanyak adalah China dengan penetrasi pengguna internet sebesar 38,4%, India sebesar 10,2%, Jepang sebesar 80% dan Indonesia menempati urutan ke-4 sebesar 22,4%, sehingga masyarakat Indonesia memiliki keinginan yang sangat besar untuk melakukan pembelian secara *online*.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan teknologi internet, kepercayaan konsumen, kualitas website dan kualitas produk terhadap motif belanja secara online. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen belanja online di forum jual beli Tokobagus.com dan jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif dan analisis kualitatif. Data yang telah memenuhi uji validitas dan uji reliabilitas, diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,373X_1 + 0,134 X_2 + 0,363 X_3 + 0,159 X_4$$

Dimana variabel motif belanja secara online (Y), pengetahuan teknologi internet (X_1), kepercayaan konsumen (X_2), kualitas website (X_3), dan kualitas produk (X_4). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa keempat variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen motif belanja secara online. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa keempat variabel memang layak untuk menguji variabel dependen. *Angka Adjusted R Square* sebesar 0,565 menunjukkan bahwa 56,5 persen variasi motif belanja secara online dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 43,5 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar keempat variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *motif belanja secara online, pengetahuan teknologi internet, kepercayaan konsumen, kualitas website, kualitas produk.*

ABSTRACT

This research is motivated by the emergence of the phenomenon of online shopping through an online shop or from social networks. In particular, this study reviewed the online shopping through buying and selling forum Tokobagus.com. The development of internet users push the existence of a large potential for the creation of online shopping, online shopping is now a lifestyle of modern society and reach all layers and areas, online shopping has a positive impact also for the equalization of goods distribution

The purpose of this study was to determine the effect of knowledge of Internet technology, consumer confidence, quality website and product quality online shopping motives. This research was conducted on consumers shopping online in the forum Tokobagus.com and purchase a set number of samples of 100 respondents using purposive sampling method. Analytical methods used are quantitative analysis and qualitative analysis. Data that has met the test of validity, reliability test, and test the classical assumption processed resulting regression equation as follows:

$$Y = 0,373X_1 + 0,134 X_2 + 0,363 X_3 + 0,159 X_4$$

Where online shopping motive variables (Y), knowledge of Internet technologies (X1), consumer confidence (X2), the quality of the website (X3), and product quality (X4). Hypothesis testing using t test showed that the four independent variables under study is found to significantly affect the dependent variable motifs shopping online. Then through the F test showed that the four variables is feasible to test the dependent variable displacement brand decision. Figures Adjusted R Square of 0.565 shows that 56.5 percent of the variation in online shopping patterns may be explained by four independent variables in the regression equation. While the rest of 43.5 percent is explained by other variables outside of the four variables used in this study.

Keywords: *online shopping motives, knowledge of Internet technology, consumer confidence, quality website, quality products.*