

**PENGARUH PENGALAMAN BELANJA *ONLINE*, KUALITAS PRODUK
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI SECARA *ONLINE*
PADA MAHASISWA FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU
PENDIDIKAN UNIVERSITAS FLORES**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH

**MARIA EDELTRUDIS BEWA TAPUN
2020410260**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS FLORES**

ENDE

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : MARIA EDELTRUDIS BEWA TAPUN
Nim : 2020410260
**Judul : PENGARUH PENGALAMAN BELANJA *ONLINE*,
KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
MINAT BELI SECARA *ONLINE* PADA MAHASISWA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS FLORES**

Ende, 17 Januari 2025

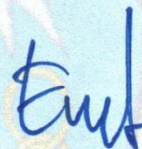
**Telah Diujikan dan Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Flores**

Pembimbing I



Gabriel Tanusi, SE., M.Si
NIDN. 08 2706 7101

Pembimbing II



Maria Endang Jamu, SE., MM
NIDN. 08 1410 9101

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores



Maria Endang Jamu, SE., MM
NIDN. 08 1410 9101

LEMBAR PENGESAHAN

Telah diujikan dan disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores Untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 17 Januari 2025

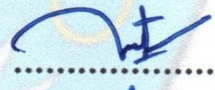
Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc
NIDN. 08 2609 7401

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 08 1410 9101

Tim Penguji:

- | | | |
|----|---|--|
| 01 | <u>Lambertus Langga, SE.,M.Sc</u>
NIDN. 08 2507 7101 | 1.
 |
| 02 | <u>Santy Permata Sari, S.AB.,MM</u>
NIDN. 08 2906 9001 | 2.
 |
| 03 | <u>Stefanus Notan Tupen, S.Pd.,M.Si.</u>
NIDN. 08 0412 6201 | 3.
 |
| 04 | <u>Maria Endang Jamu, SE.,MM</u>
NIDN. 08 1410 9101 | 4.
 |
| 05 | <u>Gabriel Tanusi, SE.,M.Si</u>
NIDN. 08 2706 7101 | 5.
 |



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul: **“PENGARUH PENGALAMAN BELANJA *ONLINE*, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI SECARA *ONLINE* PADA MAHASISWA FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS FLORES”** Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 17 Januari 2025 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bilah kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 17 Januari 2025

Yang Memberi Pernyataan



MARIA EDELTRUDIS BEWA TAPUN
2020410260

MOTTO

**JANGAN TAKUT UNTUK GAGAL
TAPI TAKUTLAH UNTUK TIDAK MENCOBA**

By

MARIA EDELTRUDIS BEWA TAPUN

PERSEMBAHAN

Dengan hati yang tulus dan penuh rasa hormat, saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah memberikan nafas sepanjang perjalanan hidup, serta membimbing dan menuntun peneliti dalam segala hal.
2. Kedua orangtua tercinta Bapak Marianus Dag Tapun dan Mama Agnes Rudun Watu, yang telah memberikan dukungan, kasih sayang dan motivasi bagi saya selama ini. Terimakasih atas segala pengorbanan dan doa yang tak pernah putus dalam menanti keberhasilan.
3. Yang tercinta Oma Monika Bewa Hikon dan Opa Rufus Bangu Watu (Alm), Opa Stevanus Boli (Alm) dan Oma Edeltrudis Nona Key(Alm), Opa Dionisius Migu Hikon (Alm), om Besa Stevanus, om Tenga Alfons Om Bosu Lasarus, ema Osi, Na'a Ferli, Na'a Yanti, Na'a Firda yang telah mendukung peneliti untuk meraih kesuksesan dalam studi di Universitas Flores.
4. Orang-orang tersayang yang selalu memberi semangat dan motivasinya terimakasih Ancy Kasa, Fano Tapun, Althea, terimakasih kakak Felsi Watu, adik Rensi Tapun, Sita Watu, Remon Watu, Novi Watu, Delvan Watu, Yosua Watu, Jino Watu yang selalu memberi dukungan dalam menyusun skripsi ini.
5. Keluarga besar yang selalu mendukung dan sabar menanti kesuksesan saya.
6. Sahabat terbaik Vito Muda dan Omi Liwu yang telah memberikan dukungan, motivasi dan kepercayaan bagi saya selama ini. Terimakasih atas segala cinta, doa dan pengorbanan yang telah diberikan.

7. Anak-anak Enol Kos, Tian Laki, Yasin Ngura, Linda Ndimbu, Icha Meli, Bertin Weku, Oswin Lue, Fati Dhama dan Restin Repe, yang selalu memberikan semangat dalam menyusun skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan Manajemen 2020.
9. Untuk diri sendiri yang sudah berjuang dan berusaha sejauh ini, terimakasih atas keteguhan hati, kesabaran dan ketekunan melewati proses yang panjang untuk mencapai kesuksesan dan tujuan yang sudah menjadi tekad dari awal berkualiah di kampus ini.
10. Almamater tercinta Universitas Flores

KATA PENGANTAR

Dengan kerendahan hati, penulis menghaturkan puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus dan para leluhur atas semua kasih dan karunia yang selalu menyertai penulis sejak masa perkuliahan sampai dengan selesai penulisan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Pengalaman Belanja *Online*, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara *Online* Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Flores**” guna memenuhi salah satu persyaratan sarjana program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis diberi bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara material maupun moril, serta dorongan, nasihat, saran maupun kritik yang sangat membantu. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Bapak Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores dan Wakil Dekan Universitas Flores.
2. **Ibu Maria Endang Jamu, SE.,MM** selaku ketua Program Studi Manajemen yang telah membantu penulis dalam proses perkuliahan.
3. **Bapak Gabriel Tanusi, SE.,M.Si** dan **Ibu Maria Endang Jamu, SE.,MM** selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membantu peneiti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada **Dekan Fakultas Ilmu Keguruan dan Pendidikan Universitas Flores** serta **Seluruh Staf** yang telah rela menerima dan meluangkan waktu

untuk penulis meneliti di Fakultas Ilmu Keguruan dan Pendidikan Universitas Flores.

5. **Kedua orang tua**, yang selalu memberikan doa, dukungan serta motivasi tanpa henti sepanjang perjalanan akademik ini.
6. **Teman-teman seperjuangan**, yang selalu memberikan semangat, bantuan dan kerja sama selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penulisan Skripsi ini. Untuk itu Penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak guna memperbaiki Skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa atau mahasiswi dan pembaca.

Ende, Februari 2025

Penulis

ABSTRAK

Maria Edeltrudis Bewa Tapun. NIM. 2020410260 Pengaruh Pengalaman Belanja Online, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Flores. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Flores. Ende. 2025 Pembimbing I. Gabriel Tanusi, SE.,M.Si. Pembimbing II. Maria Endang Jamu, SE.,MM

Tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui dan menganalisis pengalaman belanja *online* berpengaruh terhadap minat beli secara *online*. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli secara *online*. Untuk mengetahui dan menganalisis kepercayaan berpengaruh terhadap minat beli secara *online*. Untuk mengetahui dan menganalisis pengalaman *belanja online*, kualitas produk dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat beli secara *online*.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kasual, Lokasi pada penelitian ini adalah pada kampus 2 Universitas Flores Khususnya pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Jumlah sampel yang akan dipakai pada penelitian ini yaitu sejumlah 94 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan, yaitu: Wawancara, Kuesioner, dan Dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan sebagai berikut: Pengalaman Belanja Online berpengaruh secara signifikan Terhadap Minat Beli Secara *Online* Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Flores dengan nilai β 0,496, serta thitung sebesar 8,046 dan R^2 sebesar 41,3%. Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan Terhadap Minat Beli Secara *Online* Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Flores dengan nilai β 0,436, serta thitung sebesar 5,323 dan R^2 23,5%. Kepercayaan berpengaruh secara signifikan Terhadap Minat Beli Secara *Online* Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Flores dengan nilai β 0,255, serta thitung sebesar 2,433 dan R^2 6,0%. Pengalaman Belanja Online, Kualitas Produk dan Kepercayaan berpengaruh secara signifikan dan bersama-sama Terhadap Minat Beli Secara *Online* Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Flores dengan nilai Fhitung sebesar 29,402 dan R^2 49,5%.

Kata Kunci : Pengalaman Belanja Online, Kualitas Produk, Kepercayaan, Minat Beli dan Belanja Online.

ABSTRACT

Maria Edeltrudis Bewa Tapun. NIM. 2020410260 The Influence of Online Shopping Experience, Product Quality and Trust on Online Purchase Interest in Students of the Faculty of Teacher Training and Education, University of Flores. Management Study Program. Faculty of Economics and Business. University of Flores. Ende. 2025 Supervisor I. Gabriel Tanusi, SE., M.Sc. Supervisor II. Maria Endang Jamu, SE., MM

The objectives of this study are: To determine and analyze the online shopping experience that influences online purchase interest. To determine and analyze the influence of product quality on online purchase interest. To determine and analyze trust that influences online purchase interest. To determine and analyze the online shopping experience, product quality and trust that influences online purchase interest.

This type of research is quantitative research with a casual associative approach. The location of this study is on campus 2, University of Flores, especially at the Faculty of Teacher Training and Education. The number of samples that will be used in this study is 94 respondents. Data collection methods used, namely: Interviews, Questionnaires, and Documentation,

The results of the study show the following: Online Shopping Experience has a significant effect on Online Purchase Interest in Students of the Faculty of Teacher Training and Education, Flores University with a β value of 0.496, and a t count of 8.046 and R² of 41.3%. Product Quality has a significant effect on Online Purchase Interest in Students of the Faculty of Teacher Training and Education, Flores University with a β value of 0.436, and a t count of 5.323 and R² of 23.5%. Trust has a significant effect on Online Purchase Interest in Students of the Faculty of Teacher Training and Education, Flores University with a β value of 0.255, and a t count of 2.433 and R² of 6.0%. Online Shopping Experience, Product Quality and Trust have a significant and joint influence on Online Purchase Interest in Students of the Faculty of Teacher Training and Education, University of Flores with an Fcount value of 29.402 and R² of 49.5%.

Keywords: *Online Shopping Experience, Product Quality, Trust, Purchase Interest and Online Shopping.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 Pengalaman Belanja <i>Online</i>	12
2.1.3 Kualitas Produk.....	15
2.1.4 Kepercayaan.....	17

2.1.5 Minat Beli	18
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
2.4 Hipotesis.....	23
2.4.1 Pengalaman Belanja <i>Online</i> Terhadap Minat Beli Secara <i>Online</i>	24
2.4.2 Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Secara <i>Online</i>	25
2.4.3 Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara <i>Online</i>	25
2.4.4 Pengalaman Belanja Online, Kualitas Produk dan Kepercayaan Berpengaruh positif terhadap Minat Beli Secara <i>Online</i>	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Lokasi Penelitian.....	28
3.3 Populasi dan Sampel	28
3.3.1 Populasi	28
3.3.2 Sampel.....	29
3.4 Sumber Data.....	30
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.6 Defenisi Operasional Variabel	31
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.8 Teknik Analisis Data.....	33
3.8.1 Uji Validitas	33
3.8.2 Uji Reliabilitas	34
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.9 Metode Analisis Data.....	35
3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	35

3.9.2 Uji t	36
3.9.3 Uji F	36
3.9.4 Analisis Koefisien Determinasi (<i>R</i>²)	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	38
4.1.1 Deskripsi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan.....	38
4.1.2 Deskripsi Responden Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Flores	39
4.2 Uji Instrumen Penelitian	43
4.2.1 Uji Validitas	43
4.2.2 Uji Reliabilitas	45
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	47
4.3.1 Uji Normalitas.....	47
4.3.2 Uji Multikolinieritas.....	48
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	48
4.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	49
4.5 Hasil Uji T.....	51
4.5.1 Hipotesis Pertama	51
4.5.2 Hipotesis Kedua	53
4.5.3 Hipotesis Ketiga	55
4.6 Uji F	57
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	58
4.7.1 Pengaruh Pengalaman Belanja Online Terhadap Minat Beli.....	58
4.7.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	60
4.7.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli	61

4.7.4 Pengaruh Pengalaman Belanja Online, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli	62
---	----

BAB V PENUTUP 65

5.1 Kesimpulan	65
----------------------	----

5.2 Saran.....	66
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA..... 67

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>E-commerce</i> Dengan Pengunjung Terbanyak Di Indonesia Tahun 2023.....	2
Tabel 1.2	Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Flores.....	3
Tabel 1.3	Observasi Pengguna Aplikasi Belanja Online yang digunakan Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Flores.....	3
Tabel 2.1	Peneliti Terdahulu	21
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.2	Skala Likert	33
Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Program Studi	42
Tabel 4.4	Tabel Uji Validitas	43
Tabel 4.5	Tabel Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.6	Uji Normalitas Data	47
Tabel 4.7	Uji Multikolinieritas.....	48
Tabel 4.8	Uji Heteroskedastisitas.....	49
Tabel 4.9	Hasil Analisis Regresi Pengalaman Belanja Online berpengaruh Terhadap Minat Beli Secara <i>Online</i> Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Flores.....	51
Tabel 4.10	Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Pengalaman Belanja Online Terhadap Minat Beli Secara <i>Online</i> Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Flores	52
Tabel 4.11	Hasil Analisis Regresi Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Secara <i>Online</i> Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Flores.....	53

Tabel 4.12	Hasil Koefisien Determinan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Secara <i>Online</i> Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Flores	54
Tabel 4.13	Hasil Analisis Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara <i>Online</i> Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Flores.....	55
Tabel 4.14	Hasil Koefisien Determinan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara <i>Online</i> Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Flores.....	56
Tabel 4.15	Hasil Analisis Pengaruh Pengalaman Belanja <i>Online</i> , Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara <i>Online</i> Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Flores.....	57
Tabel 4.16	Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Pengalaman Belanja <i>Online</i> , Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara <i>Online</i> Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Flores.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1 Diagram Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Gambar 4.2 Diagram Persentase Responden Berdasarkan Usia	41
Gambar 4.3 Diagram Data Responden Berdasarkan Program Studi	42