

**PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN *ONLINE SHOP*
TERHADAP MINAT BERBELANJA PENGGUNA
JEJARING SOSIAL *FACEBOOK***

***THE INFLUENCE OF USEFULNESS AND EASE OF USE OF ONLINE SHOP
TO SHOPPING ENTHUSIASM OF USER
OF FACEBOOK SOCIAL NETWORK***

SKRIPSI



Oleh
DWI ANDINI PRAMITA
20040410067

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2011**

**PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN *ONLINE SHOP*
TERHADAP MINAT BERBELANJA PENGGUNA
JEJARING SOSIAL *FACEBOOK***

SKRIPSI



Oleh
DWI ANDINI PRAMITA
20040410067

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2011**

**PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN *ONLINE SHOP*
TERHADAP MINAT BERBELANJA PENGGUNA
JEJARING SOSIAL *FACEBOOK***

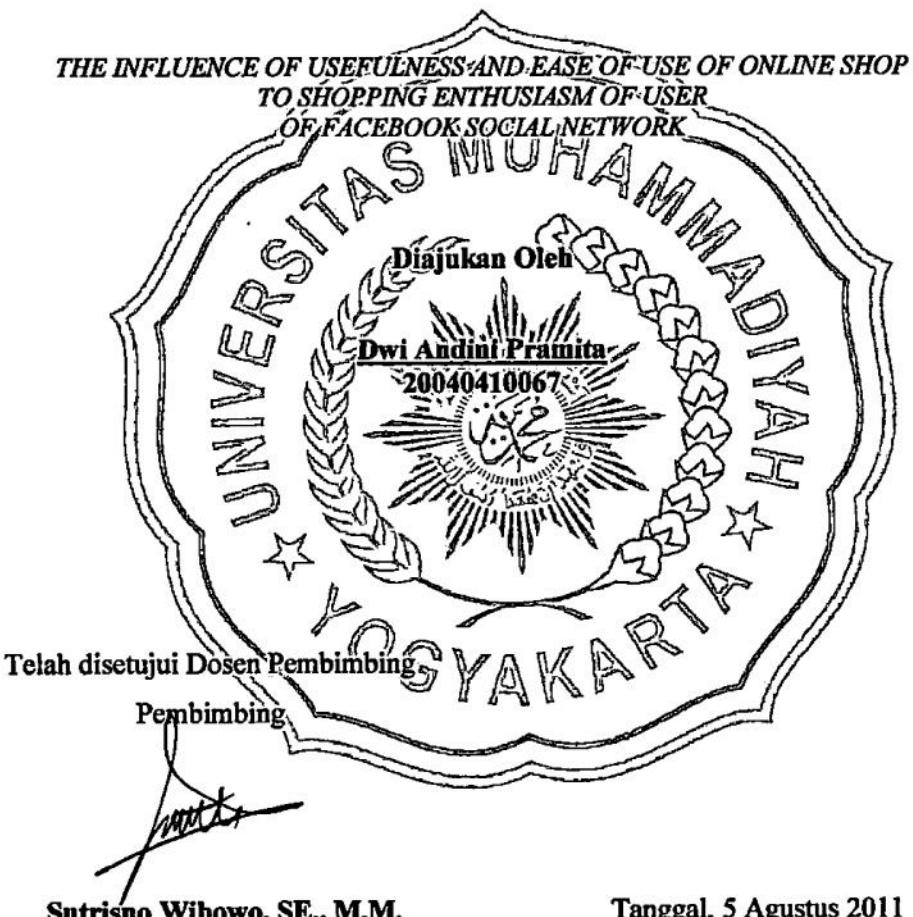
**THE INFLUENCE OF USEFULNESS AND EASE OF USE OF ONLINE SHOP
TO SHOPPING ENTHUSIASM OF USER
OF FACEBOOK SOCIAL NETWORK**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2011**

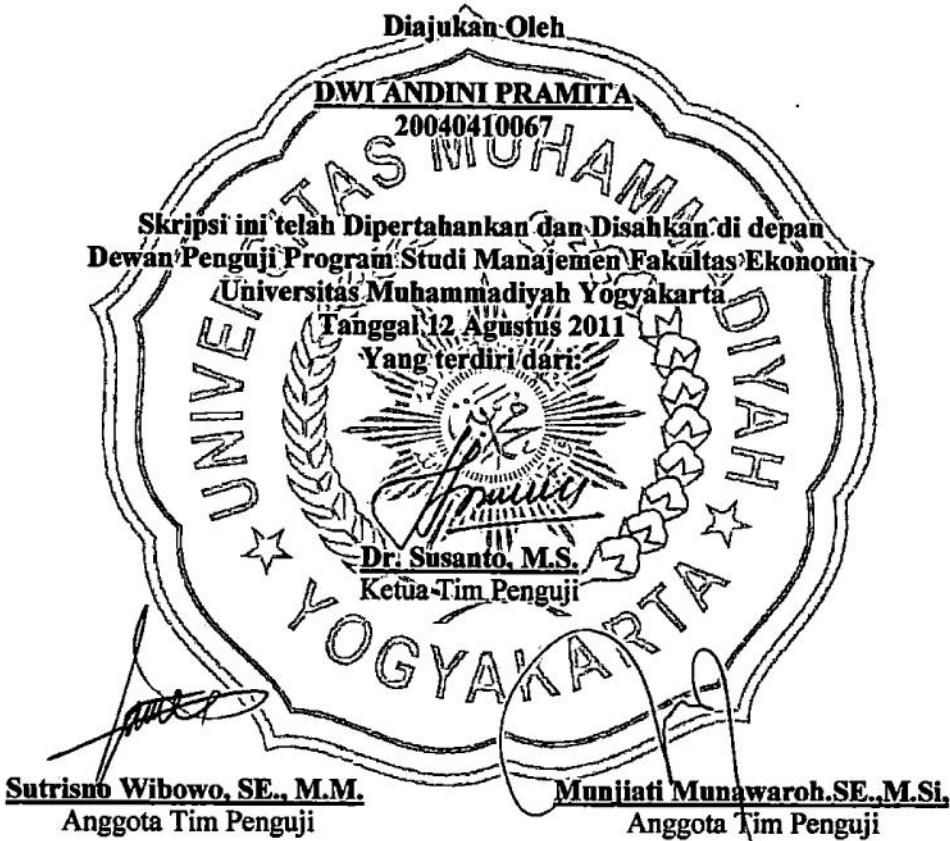
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

**SKRIPSI
PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN *ONLINE SHOP*
TERHADAP MINAT BERBELANJA PENGGUNA
JEJARING SOSIAL *FACEBOOK***



HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI
PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN *ONLINE SHOP*
TERHADAP MINAT BERBELANJA PENGGUNA
JEJARING SOSIAL *FACEBOOK*



HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Dwi Andini Pramita

Nomor Mahasiswa : 20040410067

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "**Pengaruh Manfaat dan Kemudahan *Online Shop* Terhadap Minat Berbelanja Pengguna Jejaring Sosial *Facebook***" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 12 Agustus 2011

Dwi Andini Pramita
20040410067

Almamaterku

Papa dan Mama ku tercinta

Kupersembaikan kepada:

(Sir Arthur Conan Doyle)

menjeritakan segalanya

„Manusia bukan siapa-siapa, perkenyalanlah yang

„Selalu ada pilahan dalam hidup, bukan ketepatan”

(QS. Al-Fatihah, 1:5)

kepadaku Engkaulah kamu memohon pertolongan

„Hanya kepadaku Engkaulah kamu menyembah dan hanya

Thanks to.....

- ❖ Allah SWT, kata trimakasih aja kurang mungkin untuk menggambarkan rasa syukur ku pada apa yang telah kau berikan pada ku....sembah dan sujut ku untuk mu ya Rob.
- ❖ Kakak-kakak ku tersayang mas Angga dan mba Andre makasih dah memotivasi dan memfasilitasi yang menjadi kebutuhan ku. Seluk dan ciung untuk ponakanku Ghazzan
- ❖ Adik-adikku terkasih Mayang dan Penta, akhirnya mba mu lulus dek....^^
- ❖ Drum Corps VMY.....

Cemit, zaki, amy n Ndu..... saat-saat bersama kalian adalah anugrah terindah ku, mempunyai teman dan adik sekaligus tidak pernah aku bayangkan. Ketika pertemuan yang indah diantara kita, tak lupa pula ada kata perpisahan terucap. Entah untuk beberapa saat kita berpisah. Ketika kalam tuhan dan petarata waktu menjembatani kita saat ini, aku berharap suatu saat ketika fajar menyingsing kita dapat berkumpul kembali.

Spin n panca akhirnya kita pakai toga dihari, tempat, jam dan ruang yang sama dek, makasih untuk motivasinya. Nina, ayus, inca, nupy, ganjar, adit n mas ikhsan ayo cepet diselesain skripsiya. Hunny, ery, jatwo, adit, ratel, fitri, rudy, topan, leo, deni,.... Makasih.

- ❖ Keluarga besar UalangNet (Bang Dayat, danar, Ferry, Chosan, Satya, Aak, dimas, Dika, Ajil, Yuli, Adli, Muhsin, Ima, Aes, Lita, Litut, Nyit, Ipul, Kang Yono) makasih atas kerja samanya dalam setahun terakhir ini.
- ❖ Keluarga besar Blangkon dan Afnet (Mas Axis, Indra, Mas Zezen, Andre, Mas Burhan, Dinda, Mas Sandy, Fardo, Prass, Mas Sholeh, Mas Ruben, Mas Harti, Mba Cvi, Vina, Alfa, Zudan, tri dll) makasih.....
- ❖ Anak-anak kos Flambosan yang hobinya tidur semua hahahahaha.... Mba Un makasih dah jadi tempat ku bertanya, keluh kesah n curhat ngejain skripsi barang dan akhirnya kita wisuda barang...^^, ita.. jangan pulang terus ta, inget kocan,
- ❖ Keluarga besar Admisi UGMY (Mas Gani, Mas Arvan, Mba Mara dan yang lainnya) maaf suka ngerepotin.....
- ❖ Dan semua temen-temen dan pihak-pihak yang membantu penulis maaf tidak bisa di sebutin satu persatu.

Trimakasih untuk semua kerangan. Akan ku bingkai indah dalam hati ku yang dalam. Semoga hadirkupun memberikan arti yang indah dalam hidup kalian.....love u all....

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh antara manfaat dan kemudahan *Online Shop* terhadap minat berbelanja pengguna jejaring sosial *Facebook* secara parsial dan secara simultan. Penelitian ini tentang minat berbelanja menggunakan *Online Shop* pada *Facebook* dilakukan dengan menggunakan *Techenology Acceptence Model* (TAM). Variabel dalam penelitian ini adalah manfaat, kemudahan dan minat berebelanja. Studi empiris ini dilakukan pada *Online Shop* yang ada pada jejaring sosial *Facebook*.

Data analisis yang digunakan untuk menguji adalah analisis regresi berganda dengan tingkat signifikansinya < 0.05 , uji F dan uji t. Hasil penelitian ini membuktikan adanya pengaruh manfaat dan kemudahan *Online Shop* terhadap minat berbelanja secara positif dan signifikan. Secara parsial manfaat lebih dominan mempengaruhi minat berbelanja dengan tingkat signifikan 0.14. Secara simultan manfaat dan kemudahan mempengaruhi minat berbelanja dengan nilai signifikannya 0.000 .

Kata Kunci : *Techenology Acceptence Model* (TAM), Manfaat, Kemudahan dan Minat Berebelanja.

ABSTRACT

This research aimed to prove the existence the influences of usefulness and ease of use of the shopping online stores of shopping-interest on Facebook users in partially and simultaneously. The study is about shopping interest using the Online-shop on Facebook which is done by Technology Acceptance Model (TAM). Variable in this research are the usefulness and ease of use and shopping-interest. This empirical study was conducted in the Online-Shop on Facebook.

Analysis of Data that used for examine is multiple regression analysis with $<0,05$ for its significance level, test F and test t. These results of the research prove that the usefulness and ease of use and convenience of shopping online stores are exciting in a positive and significant. Partially, the usefulness are the most dominant influencing shopping-interest with the significant level in 0,14. While simultaneously, the benefits and convenience of shopping influence shopping-interest in 0,000 for its significant value.

Key Word : Technology Acceptence Model (TAM), the usefulness, ease of use, and shopping-interest.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji syukur dan sembah sujud kehadirat Allah SWT pemilik dari segala ilmu pengetahuan dan penguasa alam serta isinya. Shalawat dan salam untuk junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa nikmat Islam bagi sekalian alam. Atas rahmat, hidayah dan kasih sayang-Nya sehingga penyusunan skripsi dengan judul "**Pengaruh Manfaat dan Kemudahan *Online Shop* Terhadap Minat Berbelanja Pengguna Jejaring Sosial *Facebook***" dapat terselesaikan.

Skripsi adalah salah satu syarat yang harus ditempuh dalam menyelesaikan jenjang S1 di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini penulis tidak lepas dari bimbingan, pengarahan, petunjuk bantuan dan saran-saran dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Misbahul Anwar, SE.,M.Si.. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Rr. Sri Handari Wahyuningsih, SE.,M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE.,M.M. selaku pembimbing skripsi, yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan bagi penulis dalam menyusun skripsi.
4. Bapak Dr. Susanto.M.S. selaku penguji skripsi, yang telah memberikan masukan yang berharga bagi penulis dalam menyempurnakan skripsi ini

5. Ibu Munjiati Munawaroh. SE.M.Si. selaku penguji skripsi, yang telah memberikan masukan yang berharga bagi penulis dalam menyempurnakan skripsi ini
6. Seluruh dosen Manajemen Fakultas Ekonomi UMY atas ilmu yang telah diberikan selama penulis berada dibangku perkuliahan.
7. Bapak/Ibu karyawan bagian pengajaran dan Tata Usaha atas segala bentuk pelayanan di setiap waktu.
8. Seluruh karyawan Fakultas Ekonomi UMY, terimakasih atas bantuannya selama penulis berada di bangku perkuliahan.
9. Papa dan Mama tercinta, dan seluruh keluarga atas segala doa dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis.

Semoga Allah SWT berkenan membalas kebaikan semua pihak yang membantu saya dalam menyelesaikan Skripsi ini dengan balasan yang lebih besar.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Agustus 2011

Dwi Andini Pramita

DAFTAR ISI

Hal

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN MOTO	vi
HALAMAN THANKS TO.....	vii
INTISARI	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori.....	6
1. Technology Acceptance Model (TAM).....	6
2. Manfaat dan Kemudahan.	8

3. Minat Berbelanja	9
4. <i>Online Shop</i>	10
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	12
C. Hipotesis	14
D. Model Penelitian	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
A. Obyek dan Subyek Penelitian	18
B. Teknik Pengambilan Sampel	18
C. Jenis Data.....	19
D. Teknik Pengumpulan Data.....	19
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian	19
F. Uji Kualitas Instrumen.....	23
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	27
A. Gambaran Umum Obyek/Subyek Penelitian	27
1. Gambaran Umum <i>Online Shop</i>	27
2. Gambaran Umum <i>Facebook</i>	29
3. Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	31
B. Uji Validitas	37
C. Uji Reliabilitas	38
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	39
E. Pembahasan.....	44
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	47

A. Kesimpulan	47
B. Saran	48
C. Keterbatasan Penelitian	49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Klamin.....	32
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	32
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	33
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Minat Berbelanja	34
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Manfaat	35
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Kemudahan	36
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	37
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	38
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
Tabel 4.10 Pengujian Koefisien Determinasi	41
Tabel 4.11 Hasil Uji F	42
Tabel 4.12 Hasil Uji t	43

DAFTAR GAMBAR

Hal

Gambar 2.1 Technology Acceptance Model (TAM)	8
Gambar 2.2 Model Penelitian	17