

# **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIF BELANJA ONLINE**

**ANWAR HAOLAN POHAN**

**NIM : 141100226**

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta

## **ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, dan kualitas website terhadap motif belanja online pada masyarakat Yogyakarta yang pernah berbelanja online. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variable bebas yang terdiri dari kepercayaan, kualitas pelayanan dan kualitas website serta variable terikat yakni motif belanja online. Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner, sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Pemilihan sampel menggunakan metode *non probability* dengan *teknik purposive sampling*. Alat analisis dalam penelitian adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program computer SPSS. Hasil pada uji validitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $< 0,05$  maka semua variabel menunjukkan hasil yang valid. Begitu juga dengan uji reliabilitas, nilai cronbach alpha dari semua variabel penelitian  $> 0,60$  yang berarti semua variabel dinyatakan reliabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Kepercayaan, kualitas pelayanan, dan kualitas website secara bersama-sama berpengaruh terhadap motif belanja online. 2) Kepercayaan, kualitas pelayanan, dan kualitas website secara parsial berpengaruh terhadap motif belanja online.

Kata Kunci : Kepercayaan, Kualitas pelayanan, Kualitas website, Motif belanja online.