

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT YANG DIRASAKAN DAN INOVASI
KONSUMEN TERHADAP INTENSI BELANJA *ONLINE E-COMMERCE*
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA**

NITA

1707617010



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

**THE EFFECT OF PERCEIVED BENEFITS AND CONSUMER
INNOVATIVENESS ON E-COMMERCE ONLINE SHOPPING INTENTION
IN STUDENTS OF FACULTY OF ECONOMICS, STATE UNIVERSITY OF
JAKARTA**

NITA

1707617010



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

**This is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta**

BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2021

ABSTRAK

NITA. Pengaruh Persepsi Manfaat yang Dirasakan dan Inovasi Konsumen Terhadap Intensi Belanja *Online E-Commerce* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan serta menganalisis pengaruh melalui pengumpulan data empiris dan fakta-fakta yang tepat, sah, valid, dan dapat dipercaya serta diandalkan tentang pengaruh persepsi manfaat yang dirasakan dan inovasi konsumen terhadap intensi belanja *online*. Penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Jakarta. Selama enam bulan terhitung sejak bulan Juli 2020 sampai dengan Desember 2020.

Metode yang digunakan ialah metode survei kuesioner dengan populasi yang digunakan ialah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* sebanyak 233 responden. Sedangkan teknik analisis penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana. Hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi manfaat yang dirasakan terhadap intensi belanja *online*, hipotesis ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (9,457) > t_{tabel} (1,970)$ dengan probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$. (2) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara inovasi konsumen terhadap intensi belanja *online*, hipotesis ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (11,086) > t_{tabel} (1,970)$ dengan probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$. Persamaan regresi sederhana yang memperoleh adalah $\hat{Y} = 12,268 + 0,253X_1$ dan $\hat{Y} = 8,140 + 0,753X_2$. Pengaruh persepsi manfaat yang dirasakan dan inovasi konsumen terhadap intensi belanja *online* diperoleh hasil koefisien determinasi sebesar 45% dan sedangkan sisanya 55% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar dari penelitian ini.

Kata Kunci: Persepsi Manfaat yang Dirasakan, Inovasi Konsumen, Intensi Belanja *Online*

ABSTRACT

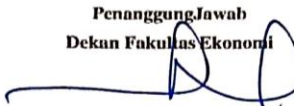
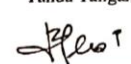


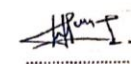

NITA. *The Effect of Perceived Benefits and Consumer Innovativeness on E-Commerce Online Shopping Intention in Students of the Faculty of Economics, State University of Jakarta. Business Education Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University, 2020.*

This study aims to gain knowledge and analyze empirical data and facts that are correct, valid, valid, and untrustworthy and support the effect of perceived benefits and consumer innovativeness on online shopping intentions. This research was conducted at the State University of Jakarta. For six months running from July 2020 to December 2020.

The method used is a questionnaire survey method with a population used by students of the Faculty of Economics, State University of Jakarta. The sampling technique used was purposive sampling technique of 233 respondents. While the research analysis technique used simple linear regression. The hypothesis of this research shows that: (1) there is a positive and significant influence between the perceived benefits of online shopping intentions, this hypothesis is proven by the value of $t_{count} (9.457) > t_{table} (1.970)$ with a significant probability of $0.000 < 0.05$. (2) there is a positive and significant influence between consumer innovativeness on online shopping intentions, this hypothesis is evidenced by the value of $t_{count} (11.086) > t_{table} (1.970)$ with a significant probability of $0.000 < 0.05$. The obtained simple regression equation is $\hat{Y} = 12,268 + 0,253X_1$ and $\hat{Y}_2 = 8,140 + 0,753X_2$. The effect of perceived benefits and consumer innovativeness on online shopping intentions is the result of a determination coefficient of 45% and the remaining 55% is influenced by other factors outside of this study.

Keywords: Perceived Benefits, Consumer Innovativeness, Online Shopping Intention

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi  Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Rynu Parlyna, M.B.A (Ketua Penguji)		22 Januari 2021
2	Nadya Fadillah F., M.Pd (Sekretaris)		25 Januari 2021
3	Dr. Corry Yohana, M.M (Penguji Ahli)		22 Januari 2021
4	Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si (Pembimbing 1)		25 Januari 2021
5	Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E., M.M (Pembimbing 2)		30 Januari 2021
Nama : Nita No. Registrasi : 1707617010 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 15 Januari 2021			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Januari 2021

Yang membuat pernyataan,



Nita

No.Reg: 1707617010

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nita
NIM : 1707617010
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi/Pendidikan Bisnis
Alamat email : skrtnnita@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Persepsi Manfaat yang Dirasakan dan Inovasi Konsumen Terhadap Intensi Belanja Online E-commerce Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Januari 2021

Penulis

(Nita)

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu kadarnya.”

(Q.S Ath-Thalaq ayat 2-3)

Bismillahirrahmanirrahim....

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat, hidayah dan karunia-Nya. Shalawat serta salam terhaturkan kepada nabi besar Muhammad SAW yang telah memberikan syafaat untuk umatnya.

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua serta adik-adik saya yang telah memberikan dukungan serta do'a sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Tidak lupa saya persembahkan kepada bapak ibu dosen dan teman-teman yang telah memberikan motivasi, masukan, semangat, dan nasihat kebaikan.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya Praktikan diberikan kesehatan, kemudahan, dan kelancaran sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Manfaat yang Dirasakan dan Inovasi Konsumen terhadap Intensi Belanja *Online E-commerce* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, Peneliti banyak memperoleh bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini Praktikan ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, ilmu, arahan, saran, dan dukungan dalam membimbing penulisan skripsi ini.
2. Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, ilmu, arahan, saran, dan dukungan dalam membimbing penulisan skripsi ini.
3. Ryna Parlyna, selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Dr. Corry Yohana, MM selaku dosen penguji ahli yang telah memberikan ilmu, arahan, dan saran dalam penulisan skripsi ini.
6. Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd selaku dosen penguji sekretaris yang telah memberikan ilmu, arahan, dan saran dalam penulisan skripsi ini.

7. Seluruh bapak dan ibu dosen beserta staff karyawan program studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta
8. Seluruh teman-teman Pendidikan Bisnis B 2017 yang telah memberikan dukungan dan bantuan, serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Dalam penulisan skripsi ini, Peneliti menyadari masih terdapat kekurangan baik segi materi maupun penyampaianya. Oleh karena itu, Peneliti mengharapkan saran dan kritikan yang membangun demi kesempurnaan laporan ini.

Jakarta, Januari 2021

Peneliti

