

**PENGARUH BELANJA *ONLINE* DAN *OFFLINE*  
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN (STUDI EMPIRIK  
PADA MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS)**

**SKRIPSI**

Diajukan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan  
Pada Prodi Pendidikan Ekonomi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri



OLEH :

**WITA NUR ROHMADHONAWATI**

NPM: 18.1.01.04.0014

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

**2022**

Skripsi Oleh:

**WITA NUR ROHMADHONAWATI**

NPM: 18.1.01.04.0014

Judul:

**PENGARUH BELANJA *ONLINE* DAN *OFFLINE*  
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN (STUDI EMPIRIK  
PADA MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS)**

Telah Disetujui Untuk Diajukan Kepada  
Panitai Ujian/Sidang Skripsi Prodi Pendidikan Ekonomi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 12 Juli 2022

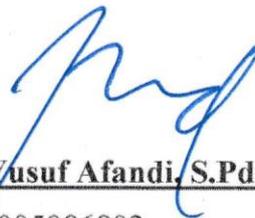
Pembimbing I



Dra. Elis Irmayanti, S.E., M.Pd.

NIDN. 0006016701

Pembimbing II



Tjetjep Yusuf Afandi, S.Pd, S.E., M.M

NIDN. 0005086802

**Skripsi Oleh:**

**WITA NUR ROHMADHONAWATI**

NPM: 18.1.01.04.0014

Judul:

**PENGARUH BELANJA *ONLINE* DAN *OFFLINE*  
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN (STUDI EMPIRIK  
PADA MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS)**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi  
Prodi Pendidikan Ekonomi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri  
Pada tanggal : 19 Juli 2022

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan Panitia Penguji:

1. Ketua : Dra. Elis Irmayanti, S.E., M.Pd.
2. Penguji I : Drs. Zainal Arifin, M.M.
3. Penguji II : Tjetjep Yusuf Afandi, S.Pd, S.E., M.M



Mengetahui  
Dekan FEB, 19 Juli 2022



**Dr. Subagyo, M.M**  
NIDN. 07170666601

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Wita Nur Rohmadhonawati  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/tgl. Lahir : Kediri/ 7 Januari 1998  
NPM : 18.1.01.04.0014  
Fak : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 15 Juli 2022

Yang Menyatakan



**Wita Nur Rohmadhonawati**

NPM: 18.1..01.04.0014

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto:**

### ***Jalani Nikmati Syukuri***

#### ***Jalani***

*Jalani apapun episode kehidupan yang tertakdir untuk kita dengan penuh kesabaran dan kesungguhan, karena itu sudah menjadi ketetapan terbaik-Nya.*

#### ***Nikmati***

*Nikmati perjalanan hidup dengan keikhlasan dan rasa berpasrah diri pada-Nya.*

#### ***Syukuri***

*Syukuri apa saja yang telah kita miliki dan syukuri di setiap pemberian-Nya*

### **Aku persembahkan karya ini untuk:**

- 1. Kedua Orang tua ku yaitu bapak Sutar dan ibu Wiwik yang sangat aku sayangi dan aku cintai yang selalu mendo'akan terbaik untuk ku dan memberikan ridho di setiap urusanku*
- 2. Adik-adikku tercintah yaitu dek Obet, dek Ria, dek Marwa, dek Nazala dan dek Tegar yang selalu suport aku dan selalu mendoakanku.*
- 3. Ibu Tanti dan bapak Eko tugasanku yang selalu sabar dalam membimbingku selalu bisa memahami ku terlebih pada kekuranganku.*
- 4. Teman-teman ku, khususnya Lia, Firda, Binti, Intan, Diyah, Yohan, Sendy, dan Pak Ketu mereka yang menemaniku, membantuku dan menyadarkan aku kalau skripsi itu sangat menyenangkan insyaallah wkwkwkwk.*
- 5. Untuk dia yang menemani ku cukup lama, dengan segala keterbatasan hubungan kita, terimakasih .... berkat pengunduranmu dari hubungan ini saat aku sedang menempuh skripsi walaupun sangat menyakitkan tapi aku kuat kok... karena banyak orang yang menguatkan ku baik secara langsung maupun tidak langsung khususnya orang baru yang aku temui di bulan Februari, terimakasih sudah menghiburku dan membantuku terutama untuk lebih mensyukuri dengan apa yang aku jalani.*

## ABSTRAK

**WITA NUR R,** Pengaruh Belanja *Online* Dan *Offline* Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Empirik Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis)

Kata Kunci: Belanja *Online*, Belanja *Offline*, dan Perilaku Konsumen

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh para konsumen yang melakukan belanja dalam pemenuhan kebutuhan. Dalam belanja itu sendiri ada belanja secara *online* yaitu melalui gadget pada *E-commerce* ataupun sosial media yang terkoneksi oleh internet, kemudian juga adanya belanja secara *offline* yaitu dengan mendatangi toko/swalayan secara langsung. Pada belanja *online* maupun *offline* memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Hal ini menjadikan adanya perilaku konsumen yang di tunjukan oleh konsumen dalam menanggapi belanja *online* maupun *offline*. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah belanja *online* dan *offline* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap perilaku konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, untuk pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner pada penelitian ini sampel yang diambil peneliti sebanyak 60 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi dasar, analisis regresi linier berganda, uji determinasi, dan uji hipotesis.

Penelitian ini menggunakan bantuan IBM SPSS *Statistics* versi 24 dalam pengolahan data. Maka hasil dari pengolahan uji t variabel bebas belanja *online* dan belanja *offline* terhadap variabel terikat perilaku konsumen sebagai berikut: nilai signifikan belanja *online* adalah  $0,00 < 0,05$  dengan nilai t hitung  $6,060 > t$  tabel 2,002, dan belanja *offline*  $0,00 < 0,05$  dengan nilai t hitung  $6,241 > t$  tabel 2,002. Nilai signifikan yang diperoleh dari perhitungan uji f variabel bebas online dan belanja offline terhadap variabel terikat perilaku konsumen yaitu  $0,00 < 0,05$  dengan nilai F hitung  $70,490 > 3,16$ .

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu (1) secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara belanja *online* terhadap perilaku konsumen. (2) secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara belanja *offline* terhadap perilaku konsumen. (3) secara simultan maka terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada belanja *online* dan *offline* terhadap perilaku konsumen.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul “Pengaruh Belanja *Online* Dan *Offline* Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Empirik Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis)” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd. Rektor UN PGRI Kediri, yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Subagyo, M.M Dekan FEB, yang selalu memberikan dorongan dan motivasi kepada mahasiswa.
3. Bayu Surindra, M.Pd Kaprodi Pendidikan Ekonomi, yang telah memberikan motivasi, semangat dan saran untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Dra. Elis Irmayanti, S.E., M.Pd. selaku dosen pembimbing I dan Tjetjep Yusuf Afandi, S.Pd., S.E., M.M selaku pembimbing II, yang mendidik dan memberikan bimbingan selama proses pembuatan skripsi.
5. Kepada keluarga saya yang selalu memberikan semangat dan dukungan sehingga saya bisa menyelesaikan proposal penelitian.
6. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan proposal ini.

Disadari bahwa proposal ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan tegur sapa, kritik, dan saran-sarannya, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 15 Juli 2022



**WITA NUR ROHMADHONAWATI**  
NPM: 18.1.01.04.0014

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB 1 : PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A.Latar Belakang Masalah .....	1
B.Identifikasi Masalah .....	6
C.Pembatasan Masalah.....	8
D.Rumusan Masalah .....	8
E.Tujuan Penelitian .....	8
F.Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB 2 : KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A.Kajian Teori.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.Internet.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.Belanja <i>Online</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.Belanja <i>Offline</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.Perilaku Konsumen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B.Kajian Hasil Penelitian Terdahulu...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C.Kerangka Berfikir .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D.Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB 3 : METODE PENELITIAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A.Variabel Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.Identifikasi Variabel Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.Definisi Operasional Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B.Pendekatan dan Teknik Penelitian...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.Pendekatan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.Jenis penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C.Tempat dan Waktu Penilaian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.Tempat Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.Waktu Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D.Subjek dan Objek penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.Subjek Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.Objek Penelitian .....	47
E.Instrumen Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.Pengembangan Instrumen ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.Validitas dan Reliabilitas Instrumen ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
F.Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.Sumber Data Primer .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.Teknik- Teknik Pengumpulan Data ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
G.Teknik Analisis Data .....	57
1.Uji Asumsi Dasar .....	57
2.Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.Uji Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.Norma Keputusan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB 1V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A.Gambaran Umum Subjek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.Diskripsi karakteristik responden berdasarkan tingkat pada program studi Pendidikan Ekonomi .....	69
2.Diskripsi karakteristik Responden dari Jenis Kelamin.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

B. Diskripsi Data Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Diskripsi data variabel bebas belanja <i>online</i> dan <i>offline</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Diskripsi Data Variabel Terikat Perilaku Konsumen... <b>Error!</b>	<b>Bookmark not defined.</b>
C. Analisis Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Hasil Pengujian Instrumen ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Uji Asumsi Dasar .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Analisis Regresi Berganda ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Uji Hipotesis.....	<b>8Error! Bookmark not defined.</b>
1. Uji Parsial (uji t) .....	<b>8Error! Bookmark not defined.</b>
2. Uji Simultan (uji f) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E. Pembahasan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V : SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>99</b>
A. Simpulan.....	99
B. Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 : Penelitian terdahulu.....	35
3.1 : Jadwal Penelitian.....	46
3.2 : Kisi-kisi Kuesioner.....	50
3.3 : Skor Butir Soal .....	51
3.4 : Koefisien Determinasi .....	63
4.1 : Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat pada Program Studi .....	69
4.2 : Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	70
4.3 : Distribusi Frekuensi dan Variabel Belanja <i>Online</i> .....	71
4.4 : Distribusi Frekuensi dan Variabel Belanja <i>Offline</i> .....	72
4.5 : Distribusi Frekuensi dan Variabel Perilaku Konsumen .....	73
4.6 : Hasil Uji Validitas .....	75
4.7 : Hasil Uji Reabilitas .....	77
4.8 : One-Sample Kolmogorov–Sminov Test.....	79
4.9 : Hasil Uji Linieritas Belanja <i>Online</i> .....	81
4.10 : Hasil Uji Linieritas Belanja <i>Offline</i> .....	82
4.11 : Hasil Uji Multikolinearitas.....	83
4.12 : Hasil Uji Heterokedastisitas ( <i>Glejser</i> ) .....	85
4.13 : Hasil Analisis Regresi Berganda .....	87
4.14 : Koefisien Determinasi .....	88
4.15 : Hasil Uji Parsial .....	89
4.16 : Hasil Uji Simultan .....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 : Kerangka Berfikir .....	39
4.1 : Hasil Uji Normalitas Histogram .....	80
4.2 : Hasil Uji Normalitas P-Plot .....	80
4.3 : Hasil Uji Uji Heterokedastisitas ( <i>scatterplot</i> ) .....	85

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1. Lembar Kuesioner .....	107
Lampiran 2. Kuesioner Pada <i>Google Form</i> .....	110
Lampiran 3. Tabulasi Data Responden.....	115
Lampiran 4. Hasil Rekapitulasi Data Tabulasi dari Responden.....	117
Lampiran 5. Uji Validitas dan Reliabilitas Responden .....	122
Lampiran 6. Analisis Data .....	127
Lampiran 7. Uji Regresi Linier Berganda .....	132
Lampiran 8. Uji Koefisien Determinasi .....	133
Lampiran 9. Uji Hipotesis .....	134
Lampiran 10. Tabel r .....	135
Lampiran 11. Tabel t .....	137
Lampiran 12. Tabel f .....	139
Lampiran 13 Surat Permohonan Ijin Melakukan Penelitian.....	141
Lampiran 14 Surat Balasan dari Permohonan Ijin Melakukan Penelitian.....	142
Lampiran 15. Berita Acara .....	143



## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini perkembangan teknologi semakin pesat dengan era globalisasi yang penyebaran informasinya semakin mudah, cepat dan tidak mengenal batas yaitu melalui internet. Internet merupakan suatu bagian dari seluruh jaringan antara satu dengan yang lain saling terhubung (Ekonomi and Indonesia, 2019). Internet termasuk bagian dari semua jaringan yang saling terhubung antara satu dengan yang lain. Internet juga menyediakan berbagai informasi yaitu salah satunya menggunakan jejaring sosial. Jejaring sosial ini merupakan alat yang cukup efektif untuk menyebarkan informasi secara luas tidak mengenal jarak dan batas. Hal ini menjadikan manusia memiliki perilaku instan dalam memenuhi kebutuhan karena dengan kemudahan dari internet ini terutama pada jaringan sosial.

Saat ini banyak kalangan yang menggunakan internet karena banyaknya sumber informasi yang bisa didapatkan dari internet. Di Indonesia internet banyak digunakan pada segala aktivitas termasuk pada bidang perekonomian, yaitu kegiatan yang berhubungan pembelian distribusi dan sampai pemasaran yang dikenal dengan *E-commerce (Electronic Commerce)* atau biasa di sebut pembelian *Online* (Ekonomi and Indonesia, 2019). Lebih dari 200 juta pengguna internet di seluruh dunia dan salah satunya adalah negara Indonesia. Jumlah pengguna internet dalam 100 hari jumlahnya semakin berlipat bahkan sampai dua kali lipat (Ekonomi and Indonesia, 2019). Di Indonesia pengguna internet didominasi oleh generasi muda pada

rentang umur 20-29 tahun mempunyai angka penetrasi sampai lebih dari 80%. Generasi muda pada rentan Umur 20-24 tahun mempunyai jenjang pendidikan perguruan tinggi atau biasa disebut mahasiswa .

Mahasiswa dan internet dalam penggunaannya tidak bisa terpisahkan. Partisipasi mahasiswa dalam pemakaian internet menimbulkan dampak yang luar biasa, di mana mahasiswa harus memanfaatkan dengan baik dan juga harus selektif dalam mengakses internet. Mahasiswa dapat menggunakan berbagai sarana yang disediakan oleh internet terutama dalam hal belanja. Belanja secara *online* bisa membagikan beragam kemudahan untuk konsumen antara lain merupakan adanya penghematan biaya, benda dapat langsung diantar ke rumah, pembayaran dilakukan secara transfer, serta harga lebih terjangkau, konsumsi internet ini membawa banyak pergantian dalam gaya hidup mahasiswa, termasuk dalam hal belanja.

Bisnis *online* di Indonesia sekarang sangat berkembang pesat yang salah satunya dengan belanja secara *online*. Belanja *online* adalah transaksi jual beli melalui alat komunikasi atau media sosial, di mana pembeli hanya melihat barang melalui internet kemudian memesannya sesuai pilihan tanpa harus datang ke toko secara langsung untuk melihat dan membeli barang tersebut, kemudian untuk metode pembayaran menggunakan transfer, setelah mentransfer uang maka penjual akan mengemas barang dan mengirimkan barang sesuai alamat pembeli (Ekonomi and Indonesia, 2019).

Belanja *online* mempunyai beberapa keunggulan bagi penggunanya. Pertama, pembeli tidak perlu ke toko / tempat belanja cukup pesan dari rumah kemudian barang akan diantarkan ke rumah sesuai tujuan. Kedua, pembeli

lebih hemat waktu dan biaya bahan bakar karena tidak harus datang kebeberapa toko/tempat belanja. Ketiga, pembeli bisa membandingkan harga dari beberapa tempat pembelian *online*. Keempat, tempat pembelian *online* buka 24 jam, hal ini sangat menguntungkan kita dalam membeli secara *online* untuk menentukan waktu dalam aktivitas transaksi secara *online* (Ekonomi and Indonesia, 2019).

Selain adanya keunggulan pada belanja *online* ada beberapa ketidaknyamanan yang kita rasakan pada pembelian secara *online*. Pertama, saat pembelian online ketika sudah melakukan pembayaran maka akan ada jeda waktu pada pengiriman produk. Kedua, pembeli tidak dapat melihat dan mencoba barang tersebut secara langsung sebelum membelinya. Ketiga, pembeli tidak bisa memeriksa barang yang telah di pesan, apakah ada kerusakan atau tidak (Ekonomi and Indonesia, 2019).

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat, telah sedikit banyak merubah pola strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Sebelum internet diciptakan, perusahaan menggunakan strategi pemasaran secara manual atau bertemu secara langsung konsumen dan hal ini juga sangat terbatas. Pemasaran *offline* adalah suatu keadaan di mana seorang penjual menjual/menawarkan produk-produknya secara manual/langsung kepada konsumen dengan perorangan maupun bisnis (Arisandi, 2020).

Dalam menarik lebih banyak konsumen, pada penawaran *offline* bisa ditambahkan ataupun diperbesar. Persaingan baru tidaklah pada apa yang ditawarkan penjual kepada konsumen, namun pada apa yang penjual tambahkan pada standar pembelian dari segi kelebihan serta kekurangan

penjualan *offline*. Kelebihan pada pembelian secara *offline* yaitu yang pertama, kelima indera mampu mempengaruhi pada pembelian *offline*. Kedua, mampu memicu ingatan. Ketiga, adanya contoh produk. Keempat, dapat mengenal produk baru. Kelima, tidak adanya keterbatasan elektronik. Keenam, adanya interaksi sosial yaitu pembeli dan penjual saling bertatap muka secara langsung. Sementara itu kekurangan dari pembelian secara *offline*. Pertama, perlunya usaha yang cukup besar di bandingkan perusahaan *online*. Kedua, ketika pembeli antri saat melakukan pembayaran maka memerlukan waktu yang lama sehingga dapat membuang buang waktu dan merasa kurang aman. Ketiga, waktu jam kerja yang standar. Keempat, pembeli harus mendatangi tempat penjualan untuk memeriksa pasar. Kelima, tingginya kasus covid'19 di Indonesia saat ini juga membuat masyarakat khawatir jika berbelanja secara *offline* apalagi di tambah adanya pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) maka masyarakat mengurangi aktivitas keluar rumah demi mengurangi tingkat penyebaran virus covid'19.

Pembelian secara *online dan offline* masing masing memiliki kelebihan dan kekurangan sehingga mempengaruhi perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, kemudian membeli, lalu menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk maupun jasa yang diharapkan akan memuaskan kebutuhan mereka (Goenadhi, 2011), berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan serta proses psikologis yang mendorong tindakan konsumen pada saat sebelum membeli, ketika

membeli, menggunakan produk maupun jasa setelah melakukan hal-hal tersebut.

Pada umumnya ada beberapa hal yang mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan dalam transaksi pembelian yang dapat disebut dengan perilaku konsumen. Secara umum perilaku konsumen memiliki dua motif dalam perilaku konsumen yaitu motif rasional dan motif emosional. Dalam belanja *online* menawarkan banyak sekali produk dengan kemudahan saat berinteraksi dan generasi muda yang khususnya mahasiswa. Generasi muda khususnya mahasiswa dianggap sebagai manusia yang lebih modern menyukai berbagai kemudahan salah satunya belanja *online* maka hal ini mahasiswa tergiur akan hal itu, namun tidak sedikit juga mahasiswa yang tidak tertarik belanja *online* karena pernah mengalami penipuan atau mendapatkan dampak dari kekurangan belanja *online* tersebut. Sebagian mahasiswa pun masih ada yang lebih memilih belanja secara *offline* dengan alasan mengurangi terjadinya penipuan dan konsumen bisa benar-benar mengetahui kualitas barang secara langsung, namun belanja *offline* ini juga memiliki beberapa kekurangan salah satunya di saat pandemi seperti ini pemerintah menetapkan PPKM sehingga banyak toko *offline* yang tutup dan masyarakat dibatasi aktivitasnya. Hal ini dapat mempengaruhi perilaku konsumen terlebih pada saat kondisi seperti ini yaitu adanya virus covid'19. Dari permasalahan di atas memungkinkan dapat mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu konsumen pada generasi muda khususnya mahasiswa.

Berdasarkan uraian, peneliti tertarik untuk meneliti antara belanja *online* dan belanja *offline* terhadap perilaku konsumen pada generasi muda terlebih

pada kalangan mahasiswa, maka dari itu peneliti mengambil judul **“Pengaruh Belanja *Online* Dan *Offline* Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Empirik Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis)”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Dalam penelitian ini adanya identifikasi masalah, maka yang menjadi identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

1. Pada belanja *online* rentan terjadinya penipuan, misalnya pembajakan lewat situs-situs penipuan, adanya produk palsu yang dijual, kemudian ada produk yang telah dipesan konsumen namun tidak dikirim oleh penjual hal ini terjadi karena kurangnya kehati-hatian konsumen dalam berbelanja *online*.
2. Pada belanja *online* terkadang konsumen mendapati kualitas barang yang dibeli tidak sesuai karena konsumen tidak dapat melihat barang secara langsung sebelum membeli dan juga konsumen kurang memperhatikan diskripsi barang yang telah disediakan.
3. Pada belanja *online* rentan terjadi pembobolan rekening di karenakan mudahnya pembeli dalam memberikan data pribadi dan seringkali data pribadi yang berhubungan dengan bank, nomor rekening ataupun nomor *e-wallet* / dompet digital di salah gunakan.
4. Pada belanja *online* saat pengiriman barang rentan rusak atau pecah karena penjual kurang memperhatikan dalam pengemasan yang benar

dan aman sehingga dalam pengiriman melalui ekspedisi barang tidak mengalami kerusakan.

5. Pada saat belanja *offline* kurang efektif karena mengharuskan konsumen untuk meluangkan waktu ke beberapa toko maupun tempat yang dituju di tambah lagi jika barang yang di cari tidak sesuai atau di daerah tersebut belum ada.
6. Pada belanja *offline* memiliki jangkauan yang terbatas karena konsumen hanya bisa membeli barang di daerahnya saja, jika ingin membeli barang di luar daerah / kota maka memerlukan waktu dan biaya yang banyak.
7. Pada saat belanja *offline* memiliki waktu yang terbatas karena setiap toko maupun swalayan mempunyai jam kerja sehingga konsumen tidak dapat membeli barang di luar jam kerja / toko sudah tutup.
8. Pada saat belanja *offline* mengharuskan konsumen untuk antri, terkadang konsumen mengalami antrian yang panjang karena banyak nya pembeli terlebih pada saat hari libur maupun hari raya.

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah disebutkan di atas serta adanya keterbatasan peneliti, maka perlu dilakukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah ini, bertujuan agar memudahkan peneliti dalam menganalisis permasalahan yang akan diteliti agar bisa lebih fokus, penelitian ini dibatasi pada :

“Pengaruh Belanja *Online* Dan *Offline* Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Empirik Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis)”

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh belanja *online* terhadap perilaku konsumen pada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis?
2. Bagaimana pengaruh belanja *offline* terhadap perilaku konsumen pada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis?
3. Bagaimana pengaruh belanja *online* & *offline* terhadap perilaku konsumen pada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas maka dapat dipaparkan tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh belanja *online* terhadap perilaku konsumen pada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
2. Untuk mengetahui pengaruh belanja *offline* terhadap perilaku konsumen pada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Untuk mengetahui pengaruh belanja *online & offline* terhadap perilaku konsumen pada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

#### **F. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoristis
  - a. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi untuk peneliti lainnya sehingga dapat melakukan penelitian yang sejenis dengan mengikuti perkembangan zaman.
  - b. Penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan maupun menambah ilmu pengetahuan, wawasan, pemikiran baru serta informasi yang khususnya berkaitan dengan faktor faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan belanja secara *online* maupun secara *offline*.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini sebagai wawasan untuk mengembangkan kemampuan dan melatih diri dalam bidang penelitian, serta menjadikan pengetahuan dan pengalaman yang berharga terutama pada bidang yang diteliti.
- b. Bagi Konsumen, terutama konsumen di kalangan generasi muda / mahasiswa sehingga penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan untuk memenuhi kebutuhan melalui belanja secara *online* maupun secara *offline*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. ruf (2015) *Metode Penelitian Kuantitatif*. 1st edn. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Agustini, N. K. D. A. (2019) ‘Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012’, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), p. 127. doi: 10.23887/jjpe.v9i1.19997.
- Arifin, Z. (2011) *Penelitian Pendidikan Metode Dan Paradigma Baru*. ke 3. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, S. (2010) *Prosuder Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Ed Ref.201. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2011) *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik*. VI. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arisandi, E. (2020) *Kelebihan dan Kekurangan Belanja Online Dengan Belanja Offline*. Available at: <https://eragnetmedia.com/kelebihan-kekurangan-belanja-online-offline/> (Accessed: 20 March 2020).
- Bungin, B. (2017) *Metodologi Penelitian Kuantitatif komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Ke 9. Jakarta: Kencana.
- Duli, N. (2019) *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. 1st edn. Yogyakarta.
- Ekonomi, F. and Indonesia, U. I. (2019) ‘MINAT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING ( Studi Kasus pada 3Second Yogyakarta )’.
- Elissa, I. (2013) ‘Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online’, *Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma*, VIII(3), pp. 143–152.
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Cet, VIII. Semarang: Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goenadhi (2011) ‘Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kota Banjarmasin’, *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 12(2), pp. 155–158. Available at: [https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&as\\_ylo=2009&as\\_yhi=2020&q=FAKTOR-FAKTOR+YANG+MEMPENGARUHI+PERILAKU+KONSUMEN+DALAM+KEPUTUSAN+PEMBELIAN+MOBIL+TOYOTA+AVANZA+DI+KOTA+BANJARMASIN+Lydia&btnG=](https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&as_ylo=2009&as_yhi=2020&q=FAKTOR-FAKTOR+YANG+MEMPENGARUHI+PERILAKU+KONSUMEN+DALAM+KEPUTUSAN+PEMBELIAN+MOBIL+TOYOTA+AVANZA+DI+KOTA+BANJARMASIN+Lydia&btnG=).

- Harahap, D. A. (2018) 'Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus', *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), pp. 193–213. doi: 10.21009/jrmsi.009.2.02.
- Hardani (2020) *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. I. Edited by Abadi Husnu. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Harsojuwono, B. A. (2020) *Statistika Penelitian*. 1st edn. Malang: Madani Media.
- Liana, L. (2009) 'Penggunaan MRA dengan Spss untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen', XIV(2), pp. 90–97.
- Nailil, F. (2019) 'Pengaruh Pembelian Online Dan Pembelian Offline Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada 3second Yogyakarta)', p. 110. Available at: <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/16201>.
- Narbuko, C. (2010) *Metodologi Penelitian: Memberi Bekal Teoritis Pada Mahasiswa Tentang Metodologi Penelitian Serta Diharapkan Dapat Melaksanakan Penelitian Dengan Langkah-Langkah Benar*. Makasar.
- Notoatmodjo Soekidjo (2018) *Metodologi penelitian kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pangastuti, W. N. D. (2021) 'Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Berbelanja Online Pada Mahasiswa Di Era', p. 9. Available at: <http://repository.ikipgribojonegoro.ac.id/id/eprint/1727>.
- Rahayu, P. D. (2018) 'ANALISIS HARGA TRANSFER BERDASARKAN METODE HARGA PASAR UNTUK MENENTUKAN LABA PADA KONVEKSI RUMAH NABITA TAHUN 2015-2017', p. 10.
- Riyanto, Y. (2010) *Metodologi Penelitian Pendidikan*. 1st edn. Kuningan: SIC.
- Rukajat, A. (2018) *Pendekatan Penelitian Kuntitatif Quantitative Research Approach*. 1st edn. Yogyakarta.
- Setiawan, B. (2015) *Menganalisa statistik bisnis dan ekonomi dengan SPSS 21 / Budi Setiawan*. 1st edn. Yogyakarta: Andi.
- Siregar, S. (2017) *Metode penelitian kuantitatif: Dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS / Syofian Siregar*. 1st edn. Jakarta: Kencana.
- Subianto, T. (2007) 'Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya

- Terhadap Keputusan Pembelian’, *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3, pp. 165–182.
- Suci, W. (2020) ‘Pengaruh Media Pembelajaran Terhadap Hasil Belajar Al- Islam Di Sma Muhammadiyah 1 Gisting Kabupaten Tanggamus’, *Pendidikan Agama Islam*, p. Hlm 13-14.
- Sugiyono (2010) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. 11th edn. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2017a) *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. 26th edn. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2017b) *Statistika Untuk Penelitian*. ke-28. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono (2018) *Metode penelitian kuantitatif*. Cet. 1. Bandung: Alfabeta.
- Suharfin, P. (2018) ‘Analisis Faktor Yang Mendorong Belanja Online Pada Mahasiswa Di Kota Medan’, *Skripsi, Universitas Sumatera Utara*, pp. 1–98. Available at: [repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/30230/4/Chapter II.pdf](https://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/30230/4/Chapter%20II.pdf).
- Suharyadi dan Purwanto (2004) *Statistika: untuk ekonomi & keuangan modern*. 1st edn. Malang: Salemba Empat. doi: IOS4866.slims-4193.
- Surindra, B. (2017) *Statistika Teori & Praktik SPSS*. I. Edited by Azizah. Malang: Azizah Publishing.
- Tasriyah (2021) ‘Analisis Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Indomaret Banjarbaru)’, p. 15.
- Widana, I. wayan (2020) *Uji Persyaratan Analisis*. 1st edn. Edited by T. Fiktorius. Lumajang: Klik Media.
- wikipedia (2021) ‘WorldWideWeb’, *Wikipedia*. Available at: <https://id.wikipedia.org/wiki/WorldWideWeb>.
- Wikipedia (2019) ‘Pengamatan’, *Wikipedia*. Wikipedia. Available at: <https://id.wikipedia.org/wiki/Pengamatan>.