

**LAPORAN PENELITIAN MANDIRI
KATEGORI A**



**PENGARUH PERILAKU BERBELANJA *ONLINE*
TERHADAP PERGERAKAN BERBELANJA**

TIM PENGUSUL

| | |
|---|-------------------------|
| Dr. Septiana Hariyani, S.T., M.T. | NIDN. 0028096902 |
| Imma Widyawati Agustin, S.T., M.T, PhD | NIDN. 0003087505 |
| Prof. Dr. Ir. Budi Sugiarto Waloeja, MSP | NIDN. 0002055606 |

Dilaksanakan atas biaya PNBPN Tahun Anggaran 2021 Fakultas
Teknik Universitas Brawijaya berdasarkan kontrak Nomor:
95/UN10.F07/PN/2021
Tanggal 3 Mei 2021

**JURUSAN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS BRAWIJAYA MALANG
SEPTEMBER 2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian : Pengaruh Perilaku Berbelanja Online terhadap Pergerakan Belanja

Kategori Penelitian : A

Ketua Tim Pengusul

- a. Nama Lengkap : Dr. Septiana Hariyani, S.T., M.T.
- b. NIDN : 0028096902
- c. Jabatan Fungsional : Lektor
- d. Program Studi : Perencanaan Wilayah dan kota
- e. No.HP : 08123312599
- f. Alamat surel (email) : septianahariyani@ub.ac.id

Anggota Peneliti (1)

- a. Nama lengkap : Imma Widyawati Agustin, S.T., M.T, PhD.
- b. NIDN : 0003087505
- c. Perguruan Tinggi : Universitas Brawijaya

Anggota Peneliti (2)

- a. Nama lengkap : Prof. Dr. Ir. Budi Sugiarto Waloea, MSP
- b. NIDN : 0002055606
- c. Perguruan Tinggi : Universitas Brawijaya

Lama Penelitian Keseluruhan : 6 bulan

Biaya Penelitian Keseluruhan : Rp. 7 500.000,00

Biaya Tahun Berjalan : -

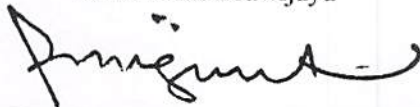
Malang, 12 November 2021

Ketua Peneliti.



Dr. Septiana Hariyani, ST., MT.
NIP. 196909281999032001

Mengetahui,
Ketua BPPM Fakultas Teknik
Universitas Brawijaya



Dr. Ir. Runi Asmaranto, ST., MT., IPM
NIP. 197108302000121001

Menyetujui,
Dekan Fakultas Teknik
Universitas Brawijaya



Prof. Ir. Hadi Suryono, ST., MT., Ph.D., IPU., ASEAN ENG
NIP. 197305202008011013

IDENTITAS PENELITIAN

1. Judul Usulan : Pengaruh Perilaku Berbelanja Online terhadap Pergerakan Belanja
2. Kategori Penelitian : A
3. Ketua Tim Pengusul
 - a. Nama Lengkap : Dr. Septiana Hariyani, ST., MT.
 - b. Bidang keahlian : Transportasi
 - c. Jabatan Struktural : -
 - d. Jabatan Fungsional : Lektor
 - e. Fakultas/ Jurusan/ PS : Perencanaan Wilayah dan Kota
 - f. Alamat surat : Jl. MT. Haryono no. 167 Malang 65145
 - g. Telepon/Faks : 08123312599
 - h. E-mail : septianahariyani@ub.ac.id
4. Anggota tim pengusul
 - a. Dosen:

| No. | Nama dan Gelar Akademik | Bidang Keahlian | Unit Kerja | Alokasi Waktu (jam/minggu) |
|-----|---|-----------------|-------------|----------------------------|
| 1. | Imma Widyawati Agustin, S.T., M.T.,PhD. | Transportasi | Jurusan PWK | 12 |
| 2. | Prof. Dr. Ir. Budi Sugiarto Waloeya,MSP | Transportasi | Jurusan PWK | 12 |

- b. Mahasiswa:
 - 1). Mahasiswa 1 : Fadhilatus Shoimah (NIM. 195060600111006)
 - 2). Mahasiswa 2 : Mahasti Adityasari (NIM. 145060601111023)
5. Objek penelitian : Perilaku Belanja on Line
6. Masa pelaksanaan penelitian
 - a. Mulai : April
 - b. Berakhir : Oktober
7. Anggaran yang diusulkan : Rp. 7.500.000
(Terbilang: Tujuh Juta Lima Ratus Ribu Rupiah)
8. Lokasi penelitian : Kota Malang
9. Hasil yang ditargetkan : Pengaruh Perilaku Berbelanja Online terhadap Pergerakan Belanja
10. Institusi lain yang terlibat : -

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik masyarakat di Kota Malang dalam berbelanja baik itu online dan offline serta pengaruhnya terhadap pergerakan berbelanja masyarakat di Kota Malang. Sampel untuk penelitian ini dihitung berdasarkan jumlah penduduk yang berusia minimal 15 tahun dengan mengambil sampel pada 5 (lima) kecamatan di Kota Malang. Pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling, yaitu survei dilakukan secara door to door menggunakan kuisioner sebanyak 348 sampel. Analisis pada penelitian ini adalah analisis PLS (Partial Least Square) dengan menggunakan software SmartPLS 2.0. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah variabel terikat (X) dan variabel bebas (Y). Variabel terikat (X) berupa perilaku konsumen, penggunaan internet, kepercayaan, dan keputusan pembelian secara online, sedangkan variabel bebas (Y) yaitu pola pergerakan berbelanja offline dibagi menjadi 16 kategori jenis kebutuhan berbelanja. Berdasarkan hasil survei di Kota Malang, minat beli masyarakat yang berbelanja online sangat dipengaruhi oleh potongan harga dan promosi yang dilakukan penjual. Selain itu, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap website online shopping dengan reputasi baik dan memiliki beragam variasi produk merupakan salah satu hal yang menjadi penarik minat pembeli. Sedangkan pada masyarakat yang melakukan offline shopping, kepuasan dan keleluasaan dalam memeriksa produk sebelum dibeli merupakan hal yang utama. Sehingga, pembeli merasa lebih aman dan tidak perlu khawatir atas penipuan. Berdasarkan hasil analisa PLS, diketahui bahwa perilaku berbelanja online dapat mengurangi pergerakan berbelanja masyarakat di Kota Malang, khususnya pada kebutuhan makanan/minuman, keperluan dan mainan anak, kosmetik dan perawatan kulit, serta fashion tersier.

DAFTAR PUSTAKA

- AC Nielsen Company. (2008). *Trade-Winds: What's Going On in Retail Land*.
- Ahmadi, C., & Hermawan, D. (2013). *E-business dan E-commerce*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Tindakan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong dan Philip Kotler. 2003. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT.Indeks Gramedia.
- Armstrong dan Philip Kotler. 2003. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT.Indeks Gramedia.
- Asoka, A., Samry, W., Zubir, Z., & Zulqayyim. (1966). In Reply: BEHAVIOUR THERAPY. In *The British Journal of Psychiatry* (Vol. 112). <https://doi.org/10.1192/bjp.112.483.211-a>
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. In PT RajaGrafindo Persada, Jakarta. <https://doi.org/10.1109/ACC.2007.4282338>
- Beyard, Michael D., dkk. 1977. *Shopping Center Development Handbook-third edition*. Washington DC: ULI-The Urban Land Institute Development Handbook series.
- Cairns, D. M., & Moen, J. (2004). Herbivory influences tree lines. *Journal of Ecology*, 92(6), 1019–1024. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2745.2004.00945.x>
- Chaplin, J.P. (2005). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Delafrouz, N., Paim, L. H., & Khatibi, A. (2010). *Students' Online Shopping Behavior: An Empirical Study*. *Journal of American Science*, 66(11), 137–147.
- Djoko Setijowarno, R. B. Frazila, 2001, *Pengantar Sistem Transportasi*, Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata
- Ghozali, Imam. 2015. *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handayani, T., (2010), *Analisis Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Persepsi Risiko Belanja Online Di Surabaya*, Skripsi S1, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Handinoto. (1996). *Perkembangan Kota Malang Pada Jaman Kolonial (1914-1940)*. Universitas Petra Surabaya.
- Hasibuan, M. S. P. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasil survei pengguna internet tahun 2018 oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). <http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta> (Diakses pada tanggal 17 April 2017).
- World Stats. Top Internet Usage. <https://www.internetworldstats.com/top20.htm> (Diakses pada tanggal 10 September 2019).

- Kecamatan Blimbing Dalam Angka. 2018. Kota Malang.
- Kecamatan Kedungkandang Dalam Angka. 2018. Kota Malang.
- Kecamatan Klojen Dalam Angka. 2018. Kota Malang.
- Kecamatan Lowokwaru Dalam Angka. 2018. Kota Malang.
- Kecamatan Sukun Dalam Angka. 2018. Kota Malang.
- Kim. (2003) . Analisis faktor-faktor kepercayaan pelanggan dalam transaksi e-commerce. Kota Malang Dalam Angka. 2018. Kota Malang.
- Korgaonkar, P., Silverblatt, R., & O'Leary, B. (2011). Web Usage Among Hispanics In The South Florida Region. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 19(1), 17–28. <https://doi.org/10.19030/jabr.v19i1.2146>
- Kotler & Armstrong. 1996. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia.
- Kotler dan Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. In Erlangga.
- Kotler, P. (2007). *Dasar - dasar Pemasaran*. In *Dasar-dasar pemasaran*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen pemasaran, 13th Edition, Vol. 2*. In Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke – 12*. In *Journal of Chemical Information and Modeling*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke – 12*. In *Journal of Chemical Information and Modeling*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Kotler, Philip. (2000). *Prinsip-prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip. (2004). *Manajemen Pemasaran-edisi millennium*. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Kotler, Philip., Bowen & Makens, James. (2003). *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisataaan Edisi 2*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran*. In: *Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium, Jilid 1*.
- Li, Na & Zhang, Ping. 2002. *Consumer Online Shopping Attitudes And Behavior: An Assessment Of Research*. Syracuse University.
- Liang, T. P., & Lai, H. J. (2000). Electronic store design and consumer choice: an empirical study. *Proceedings of the Hawaii International Conference on System Sciences*, (January 2000), 152. <https://doi.org/10.1109/hicss.2000.926863>
- Loekamto, A. (2012). Implementasi *Tecnology Acceptance Model (TAM) Dalam Online Shopping*. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen Vol 1 No 3*.
- Mathwick, C., Malhotra, N. and Rigdon, E. (2001). *Experiential Value: Conceptualization, Measurement and Application in the Catalog and Internet Shopping Environment*. *Journal of Retailing*, 77, 39-56.
- Minahan, S., & Huddleston, P. (2010). Shopping with mum – mother and daughter consumer socialization. *Young Consumers*. <https://doi.org/10.1108/17473611011074241>

- Mindali, Orit Rotem & Weltevreden, Jesse W. J. 2013. *Transport effects of e-commerce: what can be learned after years of research?*. New York.
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 5(1), 113–132. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.5054>
- Ollie. 2008. *Membuat Toko Online dengan Multipliy*. Jakarta. Media Kita.
- Partono, A. A., & Purwanto, A. (2015). Pengaruh Karakteristik Komite Audit Dan Audit Eksternal Sebagai Mekanisme Pengawasan Pada Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2013). 4(2), 10–23.
- Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 5 Tahun 2012 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Tahun 2011—2031.
- Online Shopping Fashion Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Mummahadyah Surakarta*. Surakarta.
- Rahmat, S., Hamang, N., & Nurhakki. (2017). Pengaruh Online Shop Terhadap Minat Beli Mahasiswa Stain Parepare. 1, 22–46.
- Republik Indonesia. (2007). *Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, Dan Toko Modern*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Republik Indonesia. (2008). *Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 53 Tahun 2008 Tentang Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Rofiq, Ainur. (2007). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi Pada Pelanggan E-Commerce Di Indonesia). Universitas Brawijaya, 157.
- Rotem-Mindali, O., & Weltevreden, J. W. J. (2013). Transport effects of e-commerce: What can be learned after years of research? *Transportation*, 40(5), 867–885. <https://doi.org/10.1007/s11116-013-9457-6>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh. In PT. Indeks Gramedia.
- Setiadi, J. Nugroho. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Silaen, Sofar. (2018). *Metode Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis (Edisi Revisi)*. Bogor: In Media.
- Sobur, A. (2013). Psikologi Umum (Dalam Lintas Sejarah). In Bandung: CV Pustaka Setia. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiarto. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D). In Metodologi Penelitian.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sulfiana. (2017). *Pengaruh Online Shop Terhadap Minat Beli Mahasiswa STAIN Parepare*. Parepare.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.

- Suryani, T. (2008). Perilaku Konsumen implikasi pada strategi pemasaran. In Erlangga.
- Sutopo dan Suryanto, Adi. 2003. *Pelayanan Prima*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia.
- Tamin. (2000). *Perencanaan dan Permodelan Transportasi*. Erlangga.
- Thoha, M. (2002). Perilaku Organisasi: Konsep Dasar Dan Aplikasinya. In Jakarta: Raja Grafindo Persada. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Thohiroh, A. Q., & Yuwono, S. (2015). Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 16(1), 24–25. <https://doi.org/10.30798/makuiibf.323102>
- Thomas, C. J., & Bromley, R. D. F. (2003). Retail revitalization and small town centres: The contribution of shopping linkages. *Applied Geography*, 23(1), 47–71. [https://doi.org/10.1016/S0143-6228\(02\)00068-1](https://doi.org/10.1016/S0143-6228(02)00068-1)
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publising. Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publising.
- Turban, E., King, D., Lee, J., Warkentin, M., & Viehland, D. (2002). *Electronic commerce: A managerial perspective 2002*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall. <https://doi.org/10.1097/SPV.0000000000000266>
- Warpani, P. Suwardjoko. (1990). *Merencanakan Sistem Perangkitan*. Bandung: Penerbit ITB.
- Willy & Jagiyanto. 2015. *Partial Least Square (PLS) – Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.