

ABSTRAK

PENGARUH PENGARUH HARAPAN AKAN KINERJA, HARAPAN AKAN UPAYA, DAN PENGARUH SOSIAL PADA NIAT BELI: STUDI PADA KONSUMEN TOKOPEDIA DI INDONESIA

Allen Della

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2021

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti: (1) pengaruh harapan akan kinerja, harapan akan upaya, dan pengaruh sosial pada niat beli, (2) perbedaan harapan akan kinerja, harapan akan upaya berdasarkan gender konsumen, dan pengaruh sosial berdasarkan gender konsumen. Populasi penelitian adalah konsumen Tokopedia di Indonesia. Metode *purposive sampling* digunakan untuk memilih anggota sampel dengan kriteria konsumen yang pernah menggunakan Tokopedia minimal 1 kali dalam waktu tiga bulan terakhir. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 190 responden. Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, regresi linear berganda, dan uji beda. Hasil penelitian membuktikan secara empiris bahwa: (1) harapan akan kinerja, harapan akan upaya, dan pengaruh sosial berpengaruh positif pada niat beli, (2) tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara harapan akan kinerja, harapan akan upaya, pengaruh sosial berdasarkan gender konsumen di Tokopedia.

Kata Kunci: harapan akan kinerja, harapan akan upaya, pengaruh sosial, niat beli

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT
EXPECTANCY, AND SOCIAL INFLUENCE ON PURCHASE
INTENTION: STUDY ON TOKOPEDIA CONSUMERS IN INDONESIA**

Allen Della

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2021

This study aims to determine the effect of: (1) performance expectancy, effort expectancy, and social influence on purchase intention, (2) differences in performance expectancy, effort expectancy, and social influence by gender of consumers. The population in this study are Tokopedia consumers in Indonesia. The purposive sampling method was used to select sample members with the criterion of consumers who had used Tokopedia at least 1 time in the last three month as many as 190 people. The data analysis techniques employed are descriptive, multiple linear regression, and mean differences analyses. The results showed that: (1) performance expectancy, effort expectancy, and social influence have positive effects on consumer purchase intention on Tokopedia, (2) there are insignificant differences in performance expectancy, effort expectancy, and social influence based on consumer gender.

Keywords: performance expectancy, effort expectancy, social influence, purchase intention