

## ABSTRAK

### **Pengaruh Orientasi Belanja Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online Di Toko Online KitaBeli Di Kota Kediri (Studi Kasus Toko Online KitaBeli di Kota Kediri)**

**Nama Mahasiswa : Yunita Indahsari**  
**Email : yunitaindah200@gmail.com**  
*Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri*

Dosen Pembimbing : 1. Afif Nur Rahmadi, SE, MM  
2. M. Dian Ruhamak, SE, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh orientasi belanja terhadap minat beli secara online di toko online KitaBeli di Kota Kediri (2) pengaruh pengalaman pembelian terhadap minat beli secara online di Toko Online KitaBeli di Kota Kediri (3) pengaruh Orientasi belanja dan Pengalaman pembelian terhadap minat beli secara online di Toko Online KitaBeli di Kota Kediri baik secara parsial maupun secara simultan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di Aplikasi KitaBeli. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh positif variabel orientasi belanja terhadap minat beli secara online. Berdasarkan hasil uji parsial diperoleh t hitung sebesar 0,159 dan koefisien regresi 2,896 dengan signifikansi sebesar 0,000. (2) Terdapat pengaruh positif variabel pengalaman pembelian terhadap minat beli secara online. Berdasarkan hasil uji parsial diperoleh t hitung sebesar 1,045 koefisien regresi 8,481 dengan signifikansi sebesar 0,000. (4) Orientasi belanja dan pengalaman pembelian berpengaruh positif terhadap minat beli secara online. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 164,823 dengan signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ).

**Kata Kunci** : Orientasi Belanja, Pengalaman Pembelian, Minat Beli

## ABSTRACT

### **The Effect Of Shopping Orientation And Purchase Experience On Interest To Buy Online At Our Online Store To Buy In Kediri City (Case Study of KitaBeli Online Store in Kediri City)**

**Student Name : Yunita Indahsari**

**Email : yunitaindah200@gmail.com**

*Economics Faculty of Kadiri University*

Supervisor : 1. Afif Nur Rahmadi, SE, MM

2. M. Dian Ruhamak, SE, MM

This study aims to determine: (1) the effect of shopping orientation on online buying interest at the KitaBeli Online Store in Kediri City (2) the effect of purchasing experience on online buying interest at the KitaBeli Online Store in Kediri City (3) the influence of shopping orientation and experience purchases on online buying interest at the KitaBeli Online Store in Kediri City, either partially or simultaneously. The type of research used in this research is a survey. The population in this study are consumers who have shopped at the KitaBeli application. The sampling technique used purposive sampling method with a total sample of 100 people. Data collection techniques using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used to answer the hypothesis is multiple regression. The results of this study indicate that: (1) There is a positive influence of shopping-oriented variables on online buying interest. Based on the results of the partial count test of 0.159 and the regression coefficient of 2.896 with a significance of 0.000. (2) There is a positive influence of the purchasing experience on online buying interest. Based on the partial test, it is obtained that the count is 1.045, the regression coefficient is 8,481 with a significance of 0.000. (4) Shopping orientation and purchasing experience have a positive effect on online buying interest. This is evidenced by the test results obtained by the calculated F value of 164.823 with a significance (0.000 < 0.05).

**Keywords:** Shopping Orientation, Purchase Experience, Purchase Interest