

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT
BELANJA *ONLINE* MASYARAKAT DESA AEK NANGALI
KECAMATAN BATANG NATAL**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah

**OLEH
ABDIAH
NIM:19-08-0001**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL (STAIN MADINA)
TAHUN 2023**

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi ini berjudul "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Belanja *Online* Masyarakat Desa Aek Nangali Kecamatan Batang Natal" a.n. Abdiah, NIM. 19080001, Program Studi Ekonomi Syariah telah di Munaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Program Sarjana Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Mandailing Natal, pada tanggal 14 Agustus 2023.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

NO	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam TIM	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Drs. Hamonangan, M.Si NIP. 196507282003121001	Ketua / Penguji I		13/09-'23
2	Enni Sari Siregar, M.E NIP. 199007302019082001	Sekretaris/ Penguji II		12/10-23
3	Faisal Affandi, M.E.I NIP. 198310182019031006	Penguji III		12/10-23
4	Paisal Rahmat, M.E NIP. 199210022020121006	Penguji IV		12/10-23

Mandailing Natal, 2023
Mengetahui,
Ketua STAIN Mandailing Natal

Dr. H. Sumar E. Maja Harahap, M.Ag
NIP. 197303311981031002



SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKIRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ABDIAH
Nim : 19080001
Semester / T.A : (Delapan)/2023
Jurusan : Ekonomi Syariah (HES)
Tempat / Tgl Lahir : Tombang Kaluang, 15 Juli 2001
Alamat : Aek Nangali

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul :
“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Belanja Online Masyarakat Desa Aek Nangali Kecamatan Batang Natal” adalah benar hasil karya sendiri kecuali kutipan-kutipan yang di ambil dari sumbernya dan saya bertanggung jawab penuh atas semua data yang termuat di dalamnya.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Panyabungan, Agustus 2023

Hormat Saya



ABDIAH
Nim. 19080001

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulis skripsi atas nama saudari Abdiah, NIM: 19-08-0001 dengan judul skripsi "**Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Belanja Online Masyarakat Desa Aek Nangali Kecamatan Batang Natal**". Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan telah disetujui untuk di ajukan sidang munaqasyah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Panyabungan, Agustus 2023

PEMBIMBING I



FAISAL AFFANDI, M.E.I
NIP. 198310182019031006

PEMBIMBING II



PAISAL RAHMAT, M.E
NIP. 199210022020121006

STAIN MADINA

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat, Taufik serta Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal. Sholawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya yang senantiasa menjalankan sunnah-Nya sampai akhir zaman kelak.

Dalam kesempatan ini tidak berlebihan kiranya penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag selaku ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal.
2. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Serta Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah.
3. Faisal Affandi, M.E.I selaku pembimbing I dan Paisal Rahmat, M.E selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan keikhlasannya dalam membimbing penulis penulis skripsi ini.
4. Bapak / Ibu Dosen beserta civitas akademiknya Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.
5. Teristimewa saya Ucapkan terima kasih kepada keluarga tercinta Ayahanda Alm. Ali Mahat dan Ibunda tercinta Roslan HSB yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah putra-putrinya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangnya kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta kepada Abang tercinta Muslihuddin, Miswaruddin Solahuddin dan Dedi Kurniawan serta kakak tercinta Afnidah, Afdiana, dan Enni Sahara S.Pd, dan tidak lupa Adik tercinta

Mahmudin Nasution, yang tak bosan memberikan motivasi dan dukungan kepada peneliti semoga semuanya sukses dan selalu diridhoi Allah SWT.

6. Kepala Desa Aek Nangali Kecamatan Batang Natal yang telah memberikan izin dan membantu dalam pelaksanaan penelitian.
7. Masyarakat Desa Aek Nangali Kecamatan Batang Natal yang telah memberikan bantuan dan kerjasamanya sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari, bahwasanya masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu, penulis mengharapkan saran kritik yang sifatnya membangun guna membuat skripsi ini agar lebih baik.

Akhirnya teriring Do'a semoga jerih payah dan amal sholeh dan sholeha dari Bapak, Ibu seta sahabat-sahabat. Tercatat sebagai amal sholeh dan mendapatkan pahala dari Allah SWT. *Aamiin*



Penulis

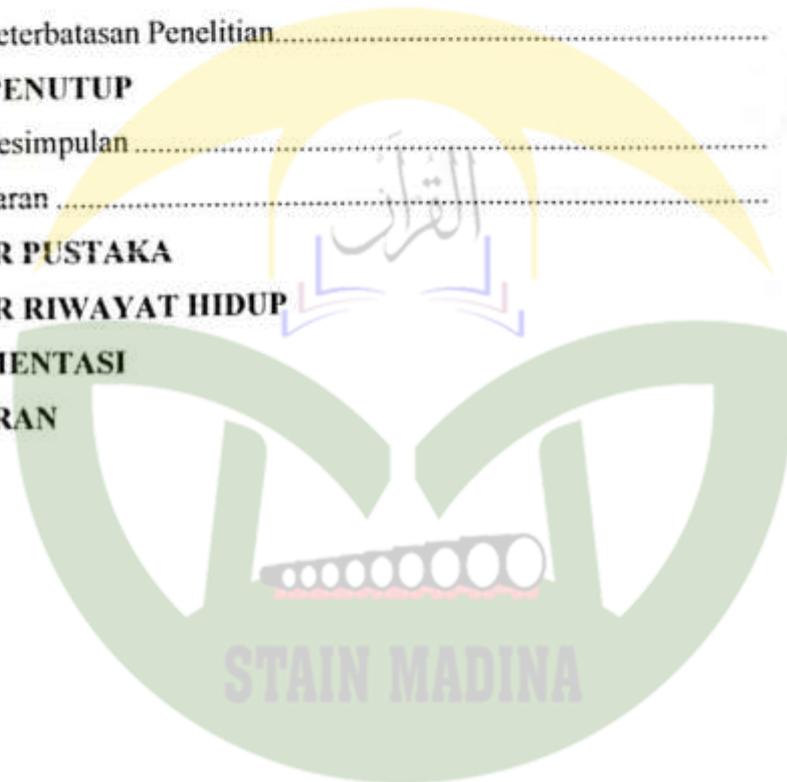
ABDIAH

Nim : 19080001

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	
LEMBAR NOTA DINAS	
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Kegunaan Penelitian	8
G. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Harga.....	10
B. Kualitas Produk.....	17
C. Minat Belanja.....	20
D. Online.....	22
E. Penelitian Terdahulu.....	24
F. Kerangka Berpikir.....	25
G. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	28
B. Jenis Penelitian.....	28
C. Populasi dan Sampel.....	28

D. Teknik Pengumpulan Data.....	29
E. Defenisi Operasional Variabel.....	30
F. Sumber Data.....	32
G. Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Desa Aek Nangali.....	39
B. Gambaran Umum Responden.....	42
C. Hasil Analisis Data Penelitian	44
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	53
E. Keterbatasan Penelitian.....	54
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	55
B. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
DOKUMENTASI	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Beberapa Produk <i>Online</i> dengan Produk <i>Offline</i>	3
Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Belanja Online.....	5
Tabel III.1 Instumen Skala Likert.....	30
Tabel III.2 Defenisi Operasional Variabel.....	31
Tabel IV.1 Kelompok Umur Penduduk	40
Tabel IV.2 Sumber Pendapatan Penduduk	41
Tabel IV.3 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	42
Tabel IV.4 Data Frekuensi Usia Responden.....	42
Tabel IV.5 Data Frekuensi Pekerjaan Responden	43
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Item Harga.....	44
Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas Item Kualitas Produk.....	44
Tabel IV.8 Hasil Uji Validitas Minat Belanja	45
Tabel IV.9 Hasil Uji Reliabilitas Harga.....	45
Tabel IV.10 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	46
Tabel IV.11 Hasil Uji Reliabilitas Minat Belanja.....	46
Tabel IV.12 Hasil Uji Normalitas.....	47
Tabel IV.13 Hasil Uji Linearitas Harga.....	47
Tabel IV.14 Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk.....	48
Tabel IV.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel IV.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	49
Tabel IV.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
Tabel IV.18 Hasil Uji t.....	51
Tabel IV.19 Hasil Uji F	52
Tabel IV.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	52

ABSTRAK

Nama : ABDIAH
NIM : 19080001
Judul Skripsi : **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Belanja *Online* Masyarakat Desa Aek Nangali Kecamatan Batang Natal**

Belanja *Online* salah satu proses pertukaran atau penjualan barang dan jasa melalui alat komunikasi elektronik atau jaringan internet yang digunakan dalam transaksi jual beli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat belanja *online* masyarakat Desa Aek Nangali Kecamatan Batang Natal. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 89 responden. Pengumpulan sampel dilakukan dengan teknik *stratified random sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan wawancara. Hasil penelitian yang dilakukan bahwa variabel Harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat belanja *online*, Variabel Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat belanja *online*, dan Variabel Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat belanja *online*.

Kata Kunci : *Harga, Kualitas Produk, Belanja Online*



DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Instrumen Skala Likert.....	30
Tabel III.2 Defenisi Operasional Variabel	30
Tabel IV.1 Kelompok Umur Penduduk	37
Tabel IV.2 Sumber Pendapatan Penduduk.....	38
Tabel IV.3 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden	39
Tabel IV.4 Data Frekuensi Usia Responden	40
Tabel IV.5 Data Frekuensi Pekerjaan Responden.....	40
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Harga.....	
Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Kualitas Produk	
Tabel IV.8 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Minat Belanja.....	41
Tabel IV.9 Hasil Uji Reliabilitas Harga	41
Tabel IV.10 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	41
Tabel IV.11 Hasil Uji Reliabilitas Minat Belanja.....	42
Tabel IV.12 Hasil Uji Normalitas	43
Tabel IV.13 Hasil Uji Linearitas Harga	43
Tabel IV.14 Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk.....	44
Tabel IV.15 Hasil Uji Multikolinearitas	44
Tabel IV.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	45
Tabel IV.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
Tabel IV.18 Hasil Uji t.....	47
Tabel IV.19 Hasil Uji F.....	48
Tabel IV.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	48

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan globalisasi di masa sekarang terus mengalami perubahan terhadap dunia industri yang semakin lama semakin pesat, hal ini membuat persaingan di dunia industri semakin ketat yang menyebabkan kalangan masyarakat saling berlomba-lomba untuk dapat menghadapi persaingan demi mendapatkan keunggulan kompetitif. Perkembangan globalisasi yang terus berkembang membuat banyak produsen baik dari dalam maupun dari luar negeri melihat hal ini sebagai peluang besar untuk memperluas bisnis.

Dalam menghadapi persaingan industri yang semakin ketat ini, dibutuhkan strategi marketing yang baik untuk menjalankan perusahaan secara efektif dan efisien. Perusahaan diharapkan dapat memahami perilaku konsumen pada pasar dan sasaran berbentuk menawarkan atau menjual produk yang berkualitas dan memberikan pelayanan yang baik bagi pelanggannya, dengan memahami perilaku konsumen yang menggambarkan bagaimana minat beli konsumen terhadap barang dan jasa (Saputra Ridho, 2020). Sekarang ini banyak perusahaan membuka usaha melalui bisnis *online* yang memudahkan masyarakat untuk berbelanja.

Belanja *online* merupakan salah satu proses pertukaran atau penjualan barang dan jasa melalui alat komunikasi elektronik atau jaringan internet yang digunakan dalam transaksi jual beli, sehingga si pembeli tidak bersusah payah datang ke toko untuk melihat dan membeli apa yang mereka inginkan, hanya melihat barang yang diinginkan melalui internet kemudian memesan barang sesuai pilihan dan mentransfer uangnya dan kemudian barang tersebut akan dikirim oleh toko *online* tersebut ke rumah (Nusarika dan Purnami 2015). Toko *online* yang sering disebut dengan *e-commerce* merupakan bentuk perubahan yang disediakan oleh internet dari segi inovasi dalam berbelanja dengan memberikan berbagai kemudahan dalam proses transaksinya. Karena pengaruh dari perkembangan teknologi gaya hidup masyarakat juga ikut berubah secara drastis, salah satu yang paling mencolok adalah *gadget* dengan

kecenderungan beraktivitas didunia maya seperti berbelanja secara online atau sering disebut dengan belanja *online*.

Perkembangan bisnis *online* di indonesia semakin meningkat dengan adanya pandemi sejak awal tahun 2019. Gubernur Bank Indonesia (BI) Perry Warjiyo mengatakan pada 2023, transaksi *e-commerce* diproyeksi kembali meningkat tinggi, sebesar 17 persen menjadi Rp 572 triliun.

Belanja *online* sebenarnya merupakan pihak ketiga yang akan menjembatani kedua pelaku jual beli produk secara *online*. Sekarang belanja *online* pun telah menjadi jalan tempuh bagi pengguna karena dinilai lebih praktis. Dengan perkembangan *browsing*, belanja *online* menjadi cara alternatif pembelian barang karena internet tentu dapat diartikan sebagai sesuatu yang baru dalam bentuk berbelanja. Internet kini sudah berkembang dalam hal jangkauan layanan, efisiensi, keamanan dan popularitas (Kuswandani, Hamidi, and Asra 2015).

Belanja secara *online* memiliki kelebihan yang dapat dirasakan si pengguna atau pembeli seperti tidak perlu keluar rumah ataupun pergi ketempat belanja, yang dibutuhkan hanyalah memesan barang tersebut kemudian barang tersebut akan diantarkan kerumah. Pertama, kelebihan yang dirasakan adalah hemat waktu dalam membeli dan hemat bahan bakar untuk berputar-putar dalam hal berbelanja, kita juga dapat mengontrol harga atau membandingkan harga dari beberapa tempat belanja *online* . Kedua, belanja *online* selalu buka dalam waktu 24 jam. ketiga, harga terjangkau. hal inilah yang menguntungkan kita dalam menentukan waktu kapan kita akan melakukan aktivitas belanja *online*.

Di samping kelebihan yang dirasakan ada juga kekurangan yang kita rasakan dari belanja *online* seperti adanya jeda waktu antara pembayaran dan pengiriman produk. Pertama, kita tidak dapat mencoba barang yang kita pesan sebelum membelinya. Kedua, kita tidak bisa memeriksa barang yang di pesan sebelumnya, apakah terdapat kerusakan atau tidak.

Tabel I.1
Perbandingan Harga Beberapa Produk *Online* Dengan Produk *Offline*

No	Nama Produk	Harga <i>Online</i>	Harga <i>Offline</i>
1	Balon Angka	Rp. 5000	Rp. 10.000
2	Pashmina kaos jersy	Rp. 32.000	Rp. 45. 000
3	Soft case (chasing hp)	Rp. 18.000	Rp. 25.000
4	Wardah lightening feel refill (bedak padat)	Rp. 30.000	Rp. 38. 000
5	Dompot	Rp. 23. 000	Rp. 35. 000
6	Hoodie pria	Rp. 103.000	Rp. 130.000
7	Kemeja wanita	Rp. 54. 000	Rp. 85.000
8	Hijab bella square	Rp. 12.000	Rp. 20.000
9	Jam tangan	Rp. 24. 000	Rp. 35. 000
10	Kaca mata	Rp. 17. 000	Rp. 25.000
11	Celana jeans	Rp. 153.000	Rp. 190.000
12	Gamis	Rp. 130.000	Rp. 180.000
13	High hells	Rp. 90.000	Rp. 150.000
14	Vaseline cocoa radiant 400 ml	Rp. 68.000	Rp. 83.000
15	Kaos cowo casual katun	Rp. 64.000	Rp. 85.000

Sumber: Observasi Awal Dengan Pembeli

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa harga toko *online* lebih terjangkau dari pada harga *offline*, dalam hal itu masyarakat desa aek nangali lebih memilih untuk belanja *online*.

Proses transaksi belanja *online* dilakukan dengan memberikan berbagai syarat kepada calon konsumen. Diantaranya adalah memberikan syarat kepada calon konsumen untuk registrasi sebagai anggota. Konsumen yang sudah menjadi anggota, selanjutnya dapat memesan produk. Setelah itu, konsumen membayar produk yang dibeli menggunakan kartu kredit, bisa transfer melalui bank dan bisa juga COD (*Cash On Delivery*) atau sering disebut dengan bayar di tempat. Pemilik toko *online* selanjutnya mengirmkan produk tersebut ke konsumen.

Dalam kegiatan belanja *online* salah satu penyebab yang dapat mempengaruhi seseorang adalah tingkat harga, apakah harga sesuai dengan kualitas barang yang dibeli atau tidak. (Lupiyadi, 2019) menyatakan bahwa harga suatu produk sangat signifikan dalam pemberian *value* kepada konsumen

untuk membeli suatu produk. Harga yang sesuai dengan kualitas produknya maka konsumen akan tertarik untuk membeli rendah. Harga yaitu sejumlah nilai atau biaya yang harus dikeluarkan oleh seseorang dalam melakukan kegiatan jual beli untuk mendapatkan suatu barang yang diinginkan. Harga menjadi tolak ukur terhadap laku atau tidaknya barang yang telah ditawarkan oleh perusahaan. Konsumen mengharapkan harga yang ada pada jual beli *online* lebih murah bila dibandingkan dengan harga pada pasar *offline* (Hidayat, 2018).

Selain harga, faktor yang mempengaruhi belanja *online* adalah kualitas produk. Kualitas produk yaitu kelebihan suatu produk dalam menempatkan fungsinya. Suatu produk bisa dikatakan berkualitas jika produk tersebut sesuai dengan harapan konsumen.

Penjual berupaya menciptakan produk yang baik dalam kegiatan pemasaran yang menuntut suatu perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya, oleh karena itu perusahaan mencari sumber daya manusia yang berkualitas agar dapat menciptakan hal-hal baru sesuai *trend* yang sedang berkembang pada saat ini, sehingga perusahaan dapat menawarkan produk dengan berbagai kualitas untuk berbagai kalangan masyarakat. Pada dasarnya, konsumen membeli produk yang dapat memuaskan keinginan tidak hanya dalam bentuk fisik tetapi juga manfaat kualitas dari produk tersebut. Konsep produk menyatakan konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang menawarkan paling bermutu, berprestasi atau inovatif (Kotler et al. 2019).

Perkembangan belanja *online* juga dirasakan oleh masyarakat Kecamatan Batang Natal. Dalam beberapa bulan terakhir masyarakat Kecamatan Batang Natal aktif dalam menggunakan jaringan internet tidak terkecuali dengan masyarakat Desa Aek Nangali. Dimana dapat dibuktikan dari observasi awal dengan salah satu kurir *shopee express* Batang Natal yaitu Bapak Arpan yang beralamatkan di Kecamatan Batang Natal, atau juga dapat dilihat dari hasil observasi dengan admin *shopee express* mandailing natal. Hal ni mendorong masyarakat Aek Nangali dalam melakukan pembelian secara *online*. Pembelian *online* merupakan barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen melalui internet.

Tabel I.2
Jumlah Penduduk Belanja *Online*
Menurut Kecamatan Tahun 2023

No	Kecamatan	Bulan					
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
1	Panyabungan Kota	19.421	17.519	20.926	18.109	19.599	19.665
2	Panyabungan Barat	1.313	1.277	1.365	1.187	1.292	1.708
3	Bukit Malintang, Naga Juang	1.033	1.187	1.403	1.550	419	1.555
4	Siabu	1.590	1.164	1.373	1.445	1.253	1.630
5	Batang Natal	1.036	1.125	2.010	1.778	2.962	2.681
6	Lembah Sorik Merapi	1.389	1.571	1.669	1.560	1.641	1.755
7	Kotanopan	2.810	2.430	1.799	1.343	1.805	2.081
8	Huta Bargot	2.591	2.164	2.254	2.353	2.376	1.704
TOTAL		31.123	28.437	32.763	29.325	31.347	32.779

Sumber : Admin Shopee Express Mandailing Natal

Dari tabel di atas dapat dilihat minat masyarakat Kecamatan Batang Natal untuk berbelanja *online* terus meningkat salah satunya adalah masyarakat Desa Aek Nangali. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara dengan masyarakat Desa Aek Nangali yaitu “Astri Lidia Putri pada hari Selasa 30 Mei 2023 mengatakan bahwa ia pernah belanja pada *Shopee* atas dasar kebutuhan dan sebagai *reseller*, dan ia tertarik belanja di *Marketplace* *shopee* karena *shopee* mudah digunakan yaitu hanya dengan memasukkan gambar yang diinginkan. Sebagai *reseller* ia juga pernah merasa kecewa dengan produk yang dibeli, dimana produk yang dibeli kualitasnya tidak seperti yang tercantum dalam deskripsi produk tersebut. Produk yang tidak sesuai yaitu pada baju gamis, dimana baju gamis yang dideskripsi tersebut memiliki ukuran panjang 135 cm, dan sampai ketangan konsumen seperti baju tunik atau lebih ke baju seperti itu yang masih jauh dari mata kaki”.

Selanjutnya wawancara dengan “Anwar Hidayat pada hari Rabu 31 Mei 2023 mengatakan bahwa ia pernah belanja pada *Marketplace* *Shopee* atas dasar keinginan dan *Marketplace* *Shopee* melayani sistem COD (*Cash On Delivery*)

yang sesuai dengan kantongnya. Sebagai konsumen ia juga pernah merasa kecewa dengan produk yang ia pesan, ia memesan celana *jeans* pada *Marketplace Shopee* dengan ukuran yang paling besar, nah ketika sampai ditangan konsumen, ternyata barang tersebut memiliki ukuran sedang. Kemudian bahan yang tidak sesuai dengan yang ada pada deskripsi produk tersebut”.

Pertumbuhan transaksi belanja *online* masyarakat Desa Aek Nangali Kecamatan Batang Natal yang semakin digital ini makin pesat dimana konsumen hidup dengan kecepatan tinggi dan semakin kompleks. Masyarakat Desa Aek Nangali ini memilih untuk belanja *online* karena prosesnya sangat praktis dan cepat tanpa harus bersusah payah kesana kemari mencari barang yang disukainya. Disamping itu, berbelanja online memberikan keunikan dalam berbelanja yang sudah dirasakan oleh pembeli. Dari segi produk, mereka menyediakan berbagai kelompok produk mulai dari elektronik, pakaian, kesehatan, peralatan rumah tangga dan produk yang dibutuhkan konsumen atau pembeli lainnya. Salah satu keunikannya adalah karena bisa mengelompokkan produknya berdasarkan lewat kategori *hashtag*. *Hashtag* adalah lambang atau label (#) yang digunakan orang untuk mencari topik-topik tertentu sehingga bisa langsung mengetik dan menemukannya. Penggunaan *hashtag* sangat bermanfaat untuk memudahkan pembeli mencari barang yang ingin dibeli secara spesifik.

Dalam hal meningkatkan minat beli konsumen sesungguhnya perusahaan perlu menentukan modal yang sesuai dengan kondisi pasarnya yakni dengan memberikan kualitas produk dan strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat menyebabkan minat beli konsumen terhadap barang dijual tersebut menjadi meningkat. Minat beli konsumen sebagai respons konsumen terhadap evaluasi yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian atau norma kinerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat minat beli konsumen yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas konsumen juga dapat mencegah terjadinya perputaran

konsumen, mengurangi sensitifitas konsumen terhadap kualitas produk dan meningkatkan efektivitas modal (Maiti and Bidinger, 1981).

Persaingan yang ketat didalam dunia usaha saat ini menuntut setiap produsen untuk aktif dalam menarik dan mempertahankan setiap konsumennya.

Berdasarkan uraian masalah maka penulis tertarik mengadakan penelitian secara ilmiah dengan judul “**Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Belanja *Online* Masyarakat Aek Nangali Kecamatan Batang Natal**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah adalah sebagai berikut :

1. Pesatnya kemajuan teknologi yang mengakibatkan belanja *online* dipilih oleh masyarakat Aek Nangali sebagai alternatif baru.
2. Beberapa perusahaan *online* menjual barang atau produk yang tidak sesuai dengan kualitas yang ada pada deskripsi produk tersebut.
3. Harga yang ditawarkan oleh perusahaan *online* berbeda-beda. Sehingga menyebabkan konsumen ragu dalam membeli produk atau barang pada perusahaan *online*.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti memfokuskan pada 2 variabel bebas (X) yaitu harga dan kualitas produk. Dan 1 variabel terikat (Y) yaitu minat belanja. Serta tempat penelitian yang akan dibatasi hanya pada masyarakat Desa Aek Nangali Kecamatan Batang Natal.

D. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat belanja *online* masyarakat Desa Aek Nangali ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat belanja *online* masyarakat Desa Aek Nangali ?

3. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap minat belanja *online* masyarakat Desa Aek Nangali ?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat belanja *online* masyarakat Desa Aek Nangali.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat belanja *online* masyarakat Desa Aek Nangali .
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap minat belanja *online* masyarakat Desa Aek Nangali.

F. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti berharap bisa memberikan manfaat dan informasi sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan masalah yang sejenis.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti terhadap pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat belanja *online* dan dapat mengambil kesimpulan serta diharapkan dapat memberi manfaat dari hasil penelitian ini kedepannya.

2. Bagi Mahasiswa

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi mahasiswa STAIN MADINA.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan digunakan sebagai bahan acuan bagi perusahaan dalam meningkatkan harga yang terjangkau dan kualitas produk agar konsumen dapat melakukan pembelian secara *online*, serta dapat meningkatkan laba penjualan sehingga dapat melakukan evaluasi yang lebih baik.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini dijabarkan sistematika pembahasan penelitian yang terdiri dari V (lima) bab. Hal ini dimaksudkan untuk penulisan laporan yang sistematis, jelas, dan mudah dipahami. Masing-masing bab terdiri dari sub dengan rincian sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

yang berisi uraian tentang Latar Belakang Masalah yang menceritakan fenomena yang mempengaruhi variabel X terhadap variabel Y, Identifikasi masalah yang berisi gambaran yang dibuat pada latar belakang, Batasan Masalah yang difokuskan pada penelitian yang seharusnya, Rumusan Masalah apa sebenarnya masalah yang akan dipecahkan, Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.

BAB II : KAJIAN TEORI

yang meliputi Landasan Teori, Peneliti Yang Relevan, Kerangka Berfikir, Serta Hipotesis Penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

yang berisikan Jenis Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Populasi, Sampel, Pengumpulan Data, Defenisi Operasional Variabel, Teknik Validitas dan Rehabilitas Data Serta Analisis Data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

yang berisikan tentang gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data dan analisis data.

BAB V : PENUTUP

yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.