

**PENGARUH *SHOPPING ORIENTATION*, *ONLINE TRUST*  
*DAN ONLINE PURCHASE EXPERIENCE* TERHADAP  
*ONLINE PURCHASE INTENTION* GO-FOOD DI KOTA  
PAYAKUMBUH**

**SKRIPSI**


Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana  
Pada Program Studi S1 Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



**Pembimbing:**

**Jauharry, SE., MM**  
**NIP. 197806022009121001**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS  
KAMPUS II PAYAKUMBUH  
2019**

	No. Alumni Universitas	<b>FITRIA HAYATI</b>	No. Alumni Fakultas
	a). Tempat / tanggal lahir: Koto Tengah SMLG / 25 April 1995, b). Nama Orang Tua: Afrizal dan Elni Yusnita, c). Fakultas: Ekonomi, d). Jurusan: Manajemen, e). No. BP: 1510552002, f). Tanggal Lulus: 15 Januari 2019, g). Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h). IPK: 3,28 i). Lama Studi: 3 tahun 5 bulan, j). Alamat Orang Tua: Jorong Kapalo Koto, Nagari Koto Tengah Simalanggang, Kec. Payakumbuh.		

**Pengaruh *Shopping Orientation*, *Online Trust* dan *Online Purchase Experience* terhadap *Online Purchase Intention* Go-Food di Kota Payakumbuh**

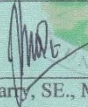

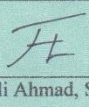
*Skripsi oleh: Fitriya Hayati*  
*Pembimbing: Jauharry, Se., MM*

**Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Shopping Orientation*, *Online Trust* dan *Online Purchase Experience* terhadap *Online Purchase Intention* Go-Food di Kota Payakumbuh. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah *Explanatory Research*. Data penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner dengan respondennya adalah konsumen yang pernah membeli makanan *online* menggunakan Go-Food di Kota Payakumbuh. Ukuran sampel pada penelitian ini berjumlah 125 responden. Teknik sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Purposive Sampling (Judgement Sampling)*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 25. Hasil dari penelitian menemukan bahwa adanya pengaruh signifikan *Impulse Purchase Orientation*, *Quality Orientation*, *Brand Orientation*, dan *Online Trust* terhadap *Online Purchase Intention*, serta menemukan bahwa adanya pengaruh yang tidak signifikan *Online Purchase Experience* terhadap *Online Purchase Intention*.

**Kata Kunci** : *Shopping Orientation*, *Online Trust*, *Online Purchase Experience*, *Online Purchase Intention*

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 15 Januari 2019. Abstrak telah disetujui oleh Penguji dan Pembimbing pada tanggal 15 Januari 2019.

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama :	Jauharry, SE., MM NIP: 197806022009121001	Erizal N, SE., MM NIP: 196610181993031001	Faisal Ali Ahmad, SP., M.Si NIP: 197905132006041014

Mengetahui,

**Koordinator**

FEUA II Payakumbuh : **Lukman, SE., M.Si.**  
NIP: 196411231993031003

  
TandaTangan

		Petugas Fakultas / Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama	TandaTangan	
No. Alumni Universitas	Nama	TandaTangan	