

ABSTRAKSI

DIANA SILASWARA. *Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Perilaku Pembelian Pengguna Internet di Indonesia* (dibimbing oleh Muhril Ardiansyah).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tanggapan para konsumen *on-line* atau pengguna internet terhadap sistem pembelian *on-line* atau *eCommerce* dan mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku pembelian pengguna internet di Indonesia.

Acuan penelitian ini dikarenakan banyaknya pengguna internet yang enggan bertransaksi *on-line* walaupun telah mengetahui keberadaan dan keunggulan *eCommerce*, pernah memasuki *situs eCommerce* dan memiliki kartu kredit yang biasanya digunakan sebagai alat pembayaran non-tunai.

Penelitian diawali dengan menyebarkan kuesioner melalui internet. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Tabulasi Silang, Korelasi Berganda dan Regresi Berganda.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa pada umumnya pengguna internet di Indonesia dapat menerima sistem pembelian *on-line* dan faktor-faktor yang berpengaruh pada perilaku pembelian pengguna internet hanya dua buah, yaitu faktor budaya dan faktor pribadi.

ABSTRACTS

SILASWARA, DIANA. *Culture, Social, Personal, and Psychology Factor Analyze to Internet Users Buying Behavior in Indonesia (Tutor by Ardiansyah, Muhril).*

This observation purpose to know how the opinion of the internet users about on-line buying system and to know the factor that influence of internet users buying behavior in Indonesia. The reason why this observation was made is because so many internet user do not wanna make a transaction even though they know all about eCommerce and have a credit card as the pay tools of the transaction.

This observation begin when the observer start to spread the questionare to the internet. The statistics tools which used in this observation are Cross-Tabulation, Multiple Correlation and Multiple Regression.

The result of this observation is almost all the internet users in Indonesia can accept the on-line buying system and only the culture and personal factor which influence the internet users buying behavior.