

Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sayuran Di Kota Banda Aceh

(*E-Commerce Effect on Consumer Buying Interest In Vegetable Products In Banda Aceh City*)

Faisal¹, Indra¹, Romano^{1*}

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Syiah Kuala

*Corresponding author: romanosembiring@gmail.com

Abstrak. Perkembangan teknologi informasi akhir-akhir ini terus mengalami kemajuan. Ditandai dengan bertambahnya pengguna internet dikalangan masyarakat berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2017 pengguna internet di Indonesia sebesar 143 juta jiwa dan pada tahun 2018 meningkat secara signifikan sebesar 171 juta jiwa dari total populasi penduduk sebesar 264 juta jiwa. Hal tersebut tentu menjadi peluang besar bagi pelaku bisnis online atau dikenal dengan *e-commerce*. Semakin maraknya kehadiran bisnis online ini semakin banyak pula produk-produk yang dipasarkan salah satunya adalah produk sayuran. Kehadiran sistem jual beli online pada produk sayuran guna untuk mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sayur dirumah tanpa harus berbelanja ke pasar, sehingga dipercaya dapat menumbuhkan minat seseorang untuk membeli produk tersebut. Namun dilain sisi berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik di Provinsi aceh masyarakatnya masih sangat kurang mengkonsumsi sayur-sayuran khususnya di daerah perkotaan. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh dari *e-commerce* terhadap minat beli pada produk sayuran di Kota Banda Aceh. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari tahun 2020 di Kota Banda Aceh. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang konsumen sayuran online. Metode analisis yang digunakan adalah uji chi-square untuk mengukur pengaruh setiap variabel. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil uji chi-square dengan menggunakan SPSS pada variabel *e-commerce* diperoleh nilai chi-square sebesar 16.309 dan p-value $0.001 < 0,05$ maka terdapat pengaruh antara variabel *e-commerce* terhadap minat beli pada produk sayuran di Kota Banda Aceh. Selanjutnya pengukuran terhadap indikator variabel *e-commerce* yaitu kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas pelayanan juga menggunakan analisis uji-square, sehingga diperoleh hasil bahwa pada kualitas sistem berpengaruh nyata terhadap minat beli pada produk sayuran, pada kualitas informasi tidak berpengaruh nyata terhadap minat beli pada produk sayuran dan pada kualitas pelayanan berpengaruh nyata terhadap minat beli pada produk sayuran di Kota Banda Aceh.

Kata Kunci: *Perdagangan Elektronik, Minat Beli.*

Abstract. The development of information technology has recently continued to progress. Marked by the increase in internet users among the public based on data from the Indonesian Internet Service Providers Association (APJII), in 2017 internet users in Indonesia amounted to 143 million people and in 2018 increased significantly by 171 million from a total population of 264 million. This is certainly a great opportunity for online business people, known as e-commerce. The increasing presence of this online business, the more products being marketed, one of which is vegetable products. The presence of an online buying and selling system for vegetable products is in order to make it easier for people to fulfill their vegetable needs at home without having to shop at the market, so it is believed that it can increase someone's interest in buying these products. However, on the other hand, based on data from the Central Bureau of Statistics in Aceh Province, the people still consume very little amount of vegetables, especially in urban areas. The research objective was to determine the effect of e-commerce on buying interest of vegetable products in the city of Banda Aceh. This research was conducted in January 2020 in the City of Banda Aceh. The sample used was 100 online vegetable consumers. The analytical method used is the chi-square test to measure the effect of each variable. Overall it can be concluded that based on the results of the chi-square test using SPSS on the e-commerce variable obtained a chi-square value of 16,309 and a p-value of $0.001 < 0.05$, so there is an influence between e-commerce variables on purchasing interest in vegetable products in Banda Aceh City. Furthermore, the measurement of the e-commerce variable indicators, namely system quality, information quality and service quality also uses square-test analysis, so that the results show that the quality of the system has a significant effect on buying interest of vegetable products, the quality of information has no significant effect on buying interest of Vegetable products and service quality have a significant effect on buying interest in vegetable products in Banda Aceh City.

Keywords: *E-commerce, Purchase interest.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dalam kegiatan pemasaran berupa toko online atau *e-commerce* bagi kalangan anak muda memang sangat menguntungkan karena dapat menghasilkan uang dengan mudah tanpa harus mengeluarkan biaya yang banyak dan

prosesnya pun tergolong sangat mudah. Menurut Shimp (2010) mengatakan bahwa perkembangan teknologi informasi dalam dunia bisnis itu saling berpengaruh satu sama lain termasuk dalam kegiatan pemasaran. Kehadiran internet dianggap memberikan kemudahan bagi produsen maupun konsumen sebagai mekanisme untuk membangun minat beli, menyediakan kelengkapan informasi dan sebagai media promosi yang serba guna.

Menurut DeLone dan McLean (2003) ada beberapa model untuk mengukur kesuksesan dalam sistem *e-commerce*. Pertama, kualitas sistem yaitu suatu performa yang terdapat dalam sistem itu sendiri, seberapa efektifnya sistem perdagangan elektronik dalam menyediakan informasi bagi pengguna, diukur melalui beberapa indikator berupa kemudahan pemakaian, tingkat keamanan, keandalan dan kecepatan akses. Kedua, kualitas informasi yaitu karakteristik dari kualitas output yang disediakan dalam sistem perdagangan elektronik yaitu berupa laporan-laporan atau informasi mengenai produk yang dipasarkan. Pengukuran kualitas informasi yaitu melalui keakuratan informasi, mudah dipahami, informasi terkini/*up-to-date* dan relevan. Terakhir yang ketiga, kualitas pelayanan yaitu kemampuan institusi pemberi layanan dalam memenuhi kebutuhan atau harapan para penerima layanan sehingga pelanggan dapat menilai pelayanan yang diberikan. Diukur dari segi koresponden/daya tanggap, pemberian jaminan dan sikap pemberi layanan.

e-commerce atau perdagangan elektronik terus berkembang di setiap daerah. Pedagang online terus bermunculan, produk-produk yang dipasarkan pun bervariasi, baik itu produk makanan maupun non makanan. Bidang pertanian pun tidak mau ketinggalan, sekarang sudah banyak produk-produk pertanian yang dipasarkan di toko online, salah satu contohnya adalah produk sayur-sayuran. Bagi konsumen sayuran yang mayoritasnya ibu-ibu jika ingin membeli sayuran tanpa harus pergi kepasar, berdesak-desakan dan sebagainya sekarang di beberapa toko online sudah ada yang menyediakan berbagai macam jenis sayuran yang higienis dan harganya pun terjangkau dapat diakses dengan mudah melalui *handphone* yang terhubung dengan jaringan internet sehingga memudahkan konsumen untuk memperoleh sayuran. Namun kenyataannya tingkat konsumsi sayuran di Indonesia masih sangat rendah.

Menurut Direktur Southeast Asian Food & Agriculture Science Technology (SEAFAST) Center Institut Pertanian Bogor (IPB) Prof. Dr. Nuri Andarwulan mengatakan bahwa Indonesia termasuk Negara yang penduduknya kurang mengkonsumsi buah dan sayuran, rata-rata penduduk Indonesia hanya mengkonsumsi buah dan sayuran sebanyak 180 gram per hari sedangkan standar yang ditetapkan oleh WHO dan FAO sebanyak 400 gram per hari dengan rincian 250 gram untuk sayuran dan 150 gram untuk buah. Beliau juga mengatakan salah satu penyebab rendahnya tingkat konsumsi konsumen terhadap sayuran dikarenakan sistem distribusinya masih banyak yang terdapat belum efisien sehingga harga sayuran menjadi mahal. Selain itu, kurangnya informasi mengenai manfaat sayuran juga menjadi penyebab rendahnya minat beli konsumen untuk mengkonsumsi sayuran, padahal nilai gizi yang terdapat pada sayuran sangatlah bermanfaat bagi kesehatan (Liputan6.com, 2018). Oleh sebab itu, sebagian besar konsumen tidak memprioritaskan sayuran sebagai makanan untuk memenuhi sumber serat dan protein bagi tubuhnya, namun mereka cenderung lebih memilih makanan yang berkalori tinggi seperti gorengan, nasi goreng dan makanan cepat saji lainnya yang mengandung banyak minyak.

Sedangkan di Provinsi Aceh sendiri menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) penduduk yang cenderung lebih banyak mengkonsumsi sayuran berasal dari daerah pedesaan. Berikut data rata-rata konsumsi sayur-sayuran berdasarkan tempat asal di provinsi Aceh pada tahun 2013-2017.

Tabel 1. Rata-rata konsumsi sayur-sayuran(gram/kapita/hari) berdasarkan tempat asal di provinsi Aceh pada tahun 2013-2017

Tahun	Perkotaan(gram)	Pedesaan(gram)
2013	1,66	1,83
2014	1,66	1,78
2015	1,44	1,40
2016	1,46	1,48
2017	1,90	1,98

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh(diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat di lihat bahwa rata-rata penduduk di provinsi Aceh yang cenderung lebih banyak mengkonsumsi sayur-sayuran dominan dari daerah pedesaan yang mayoritasnya memang bekerja sebagai petani. Hal ini disebabkan karena petani di pedesaan biasanya menggunakan lahan pertaniannya untuk menanam sayur-sayuran dan dikonsumsi sehari-hari. Sedangkan di daerah perkotaan mayoritas penduduknya adalah pekerja kantoran yang hanya menghabiskan waktunya untuk bekerja. Hal ini membuat mereka cenderung lebih memilih makanan yang cepat saji ketimbang memasak sendiri apalagi berfikir untuk mengkonsumsi sayuran. Oleh sebab itu dipercaya bahwa sebagian besar penduduk di Kota Banda Aceh telah mengenal dan memahami sistem perdagangan elektronik tersebut. Maka dari itu berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, saya tertarik untuk meneliti tentang “Pengaruh *E-commerce* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sayuran Di Kota Banda Aceh”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mulai dilaksanakan pada bulan Januari tahun 2020. Lokasi penelitian dilaksanakan di Kota Banda Aceh. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*pusposive sampling*) dengan pertimbangan bahwa peneliti sendiri berasal dari Kota Banda Aceh sehingga dapat mempermudah dalam memperoleh data, waktu, tenaga serta biaya untuk melakukan penelitian. Selain itu, Kota Banda Aceh juga merupakan kota yang padat dengan penduduknya dan kemajuan teknologi informasi yang sudah maju di setiap daerah. Artinya bahwa masyarakat Kota Banda Aceh sudah banyak yang mengenal media online. Objek pada penelitian ini adalah minat beli konsumen pada produk sayuran berbasis *e-commerce*. Ruang lingkup dalam penelitian ini terbatas hanya pada indikator-indikator *e-commerce* yang mempengaruhi minat beli yaitu kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas pelayanan.

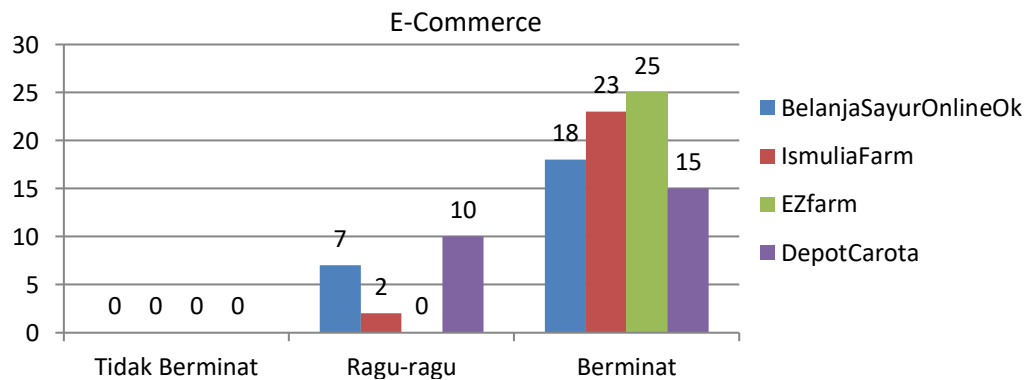
Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Banda Aceh yang termasuk pengguna internet yaitu sebanyak 200.307 jiwa. Sampel ditentukan dengan menggunakan teknik *cluster sampling*. Teknik ini merupakan teknik sampel yang membentuk beberapa cluster dari hasil penyeleksian sebagian individu yang menjadi bagian dari sebuah populasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis teknik *one stage cluster sampling* yaitu dalam jenis sampling kluster yang satu ini, populasi yang dipilih kemudian langsung dibagi dalam kelompok-kelompok. Peneliti kemudian memilih grup-grup secara acak untuk menjadi perwakilan sampel. Adapun berdasarkan hasil pengelompokan populasi total konsumen dari setiap *e-commerce* sayuran di Kota Banda Aceh adalah EZFarm sebanyak 1223 orang, Ismulia Farm sebanyak 643 orang, Depot Carota sebanyak 531 orang, BelanjaSayurOnlineOK(BESOK) sebanyak 438 orang. Dari setiap kelompok-kelompok tersebut peneliti mengambil sampel sebagai perwakilan sebanyak 25 orang. Jadi, total sampel pada penelitian ini adalah sebesar 100 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Variabel *E-commerce* Terhadap Minat Beli

E-commerce atau kepanjangan dari *Elektronik Commerce* merupakan salah satu teknologi informasi yang ada dibidang pemasaran. Perdagangan elektronik di masa-masa

sekarang memang sedang banyak digunakan bagi setiap pelaku usaha untuk mencoba mendapatkan keuntungan lebih. Di Kota Banda Aceh sendiri juga telah banyak para pelaku usaha menggunakan alternatif ini untuk memasarkan produknya termasuk produk pertanian seperti sayur-sayuran. Ada 4 *e-commerce* yang menyediakan jasa jual beli online pada produk sayuran di Kota Banda Aceh yaitu DepotCarota, IsmuliaFarm, belanjaSayurOnlineOk (BESOK) dan EZfarm. Toko online ini masih menggunakan *instagram* dan *whatsapp* (WA) untuk mempromosikan produk dan jasanya. Berdasarkan hasil survey lapangan diperoleh grafik sebagai berikut:



Gambar 1. Grafik Data Minat Beli Berdasarkan *E-commerce*

Berdasarkan grafik diatas memperlihatkan tanggapan masyarakat terhadap hadirnya jasa jual beli sayur online di Kota Banda Aceh. Pada *e-commerce* BelanjaSayurOnlineOk didapat masyarakat yang memilih tidak berminat 0, ragu-ragu 7 orang dan berminat 18 orang. Pada *e-commerce* IsmuliaFarm diperoleh hasil yang tidak berminat 0, ragu-ragu 2 orang dan berminat 23 orang. Pada *e-commerce* EZfarm diperoleh hasil tidak berminat 0, ragu-ragu 0 dan berminat 25 orang. Pada *e-commerce* DepotCarota diperoleh hasil tidak berminat 0, ragu-ragu 10 orang dan berminat 15 orang. Peminat terbanyak adalah dari *e-commerce* EZfarm yaitu sebesar 25 orang. Adapun hasil uji analisis chi-square menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Output Pengaruh *E-commerce* Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Produk Sayuran di Kota Banda Aceh

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16.309 ^a	3	0.001
Likelihood Ratio	20.008	3	0
N of Valid Cases	100		

Sumber: Data Diolah (2020)

Dapat dilihat pada hasil output uji analisis chi-square dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai chi-square sebesar 16,309 dan nilai p-value sebesar $0,001 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara *e-commerce* terhadap minat beli pada produk sayuran di Kota Banda Aceh. Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran *e-commerce* memang memberikan dampak positif bagi masyarakat Kota Banda Aceh terutama dalam hal memudahkan masyarakat untuk memperoleh produk sayuran. Sejalan dengan penelitian Wang (2008) bahwa yang menjadi alasan seseorang menggunakan sistem *e-commerce* adalah untuk menghindari kesulitan dalam melakukan kegiatan transaksi/pemasaran. Kemudahan yang terdapat dalam suatu sistem *e-commerce* merupakan aspek terpenting yang menjadi

pertimbangan masyarakat dalam menggunakan sistem *e-commerce* tersebut. Semakin mudah sistem *e-commerce* diakses maka semakin banyak pula masyarakat yang berminat untuk menggunakannya.

2. Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli

a. Kualitas Sistem

Adapun data hasil pengujian analisis Chi-Square menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Data Hasil Uji Analisis Chi-Square Terhadap Indikator Kualitas Sistem

No	Indikator	Chi-Square	df	p-value
1	Kemudahan Pemakaian	7,164	1	0,007
2	Keamanan	6,705	1	0,01
3	Keandalan	7,819	1	0,005
4	Kecepatan akses	3,677	1	0,055

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas mengenai data hasil uji analisis chi-square dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil pada indikator pertama yaitu kemudahan pemakaian, nilai chi-square sebesar 7,164 dan nilai p-value sebesar $0,007 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara kemudahan pemakaian terhadap minat beli konsumen karena nilai p-value $< 0,05$. Pada indikator kedua yaitu keamanan juga telah dilakukan uji analisis chi-square dan diperoleh nilai chi-square sebesar 6,705 dan nilai p-value sebesar $0,01 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh antara tingkat keamanan terhadap minat beli konsumen sayuran secara online. Indikator ketiga yaitu keandalan, diperoleh hasil nilai chi-square sebesar 7,819 dan nilai p-value sebesar $0,005 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kehandalan dalam sistem *e-commerce* terhadap minat seseorang untuk membeli produk secara online. Indikator terakhir yaitu kecepatan akses, diperoleh nilai chi-square sebesar 3,667 dan nilai p-value sebesar $0,055 < 0,05$ berarti dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kecepatan akses terhadap minat beli konsumen sayuran secara online.

Dapat disimpulkan bahwa dari keempat indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat pengaruh kualitas sistem dan semuanya telah di uji chi-square dengan menggunakan SPSS yaitu mulai dari indikator kemudahan pemakaian, indikator keamanan, indikator keandalan, indikator kecepatan akses dan dari ke 4 indikator tersebut hasilnya adalah berpengaruh, sehingga dapat disimpulkan bahwasannya terdapat pengaruh antara kualitas sistem terhadap minat beli pada produk sayuran secara online di Kota Banda Aceh.

b. Kualitas Informasi

Adapun data hasil pengujian analisis Chi-Square menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Data Hasil Uji Analisis Chi-Square Terhadap Indikator Kualitas Informasi

No	Indikator	Chi-Square	df	p-value
1	Keakuratan	1,838	1	0.175
2	Mudah Dipahami	2,459	1	0,117
3	Up-to-Date	1,559	1	0,212
4	Relavan	5,677	1	0,017

Sumber : Data Diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa pada indikator pertama yaitu keakuratan diperoleh nilai chi-square sebesar 1,838 dan nilai p-value sebesar $0,175 > 0,05$, artinya tidak terdapat pengaruh antara keakuratan informasi terhadap minat beli pada produk sayuran di Kota Banda Aceh. Indikator kedua yaitu mudah dipahami, pada indikator ini diperoleh nilai chi-square sebesar 2,459 dan nilai p-value sebesar $0,117 > 0,05$ hal ini menandakan bahwa tidak ada pengaruh antara informasi yang mudah dipahami terhadap minat beli seseorang. Indikator ketiga adalah informasi terkini/*up-to-date*, pada indikator ini diperoleh nilai chi-square sebesar 1,599 dan nilai p-value sebesar $0,212 > 0,05$, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara informasi terkini/*up-to-date* terhadap minat beli masyarakat Kota Banda Aceh pada produk sayuran secara online. Pada indikator terakhir yaitu relevan juga telah dilakukan analisis chi-square diperoleh nilai chi-square sebesar 5,677 dan nilai p-value sebesar $0,017 > 0,05$ berarti terdapat pengaruh antara informasi yang relevan terhadap minat beli pada produk sayuran online.

Berdasarkan hasil output uji analisis chi-square pada setiap indikator kualitas informasi yaitu 3 indikator tidak berpengaruh dan 1 indikator berpengaruh dengan masing-masing indikator mulai dari keakuratan, mudah dipahami, *up-to-date* dan relevan. Maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel kualitas informasi tidak terdapat pengaruh terhadap minat beli masyarakat pada produk sayuran online di Kota Banda Aceh. Menurut DeLone dan McLean (2003) menyampaikan bahwa kualitas informasi hanya berfokus pada informasi yang diberikan oleh sistem informasi itu sendiri. Sistem informasi yang dapat menyampaikan maksud dan arti yang diharapkan disebut sebagai sistem dengan kesuksesan semantik. Namun apabila suatu sistem tidak dapat menjalankan fungsinya secara maksimal tentu akan memberikan kesan negative bagi penggunaannya.

c. Kualitas Pelayanan

Adapun data hasil pengujian analisis chi-Square menggunakan SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 5. Data Hasil Uji Analisis Chi-Square Terhadap Indikator Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Chi-Square	df	p-value
1	Daya Tanggap	6,199	1	0,013
2	Pemberian Jaminan	8,418	1	0,004
3	Sikap	12,402	1	0,000

Sumber: Data Diolah (2020)

Pada indikator pertama yaitu daya tanggap dapat dilihat pada tabel diatas, nilai chi-square yang diperoleh sebesar 6,199 dan nilai p-value sebesar $0,013 < 0,05$, hal ini menandakan bahwa terdapat pengaruh antara indikator daya tanggap terhadap minat beli konsumen pada produk sayuran di Kota Banda Aceh. Indikator kedua pada variabel kualitas pelayanan yaitu pemberian jaminan. Setelah dilakukan uji chi-square diperoleh nilai chi-square sebesar 8,418 dan nilai p-value sebesar $0,004 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pemberian jaminan terhadap minat beli masyarakat pada produk sayuran. Indikator ketiga yaitu sikap, berdasarkan hasil uji chi-square dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai chi-square sebesar 12,402 dan nilai p-value sebesar $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara sikap pemberi layanan terhadap minat beli seseorang.

Berdasarkan dari hasil uji analisis chi-square pada ketiga indikator kualitas pelayanan yaitu mulai dari indikator daya tanggap berpengaruh, indikator pemberian jaminan berpengaruh dan indikator sikap juga berpengaruh. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh nyata terhadap minat beli pada produk sayuran di Kota Banda

Aceh. Menurut Sun (2010) menyatakan bahwa kualitas layanan telah dipahami sebagai penilaian global atau sikap yang berkaitan dengan keunggulan servis. Dalam perdagangan elektronik perlu adanya *costumer service* sebagai suatu pelayanan yang diberikan oleh sistem *e-commerce* yang dapat mengatasi permasalahan yang timbul pada konsumen ketika melakukan transaksi. Dengan adanya *costumer service* para pengguna yang masih awam atau kurang mengerti tentang suatu layanan dapat dibantu dengan *costumer service* tersebut. Pelayanan yang berkualitas tentu akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan bagi penggunanya.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat diperoleh dari hasil penelitian dan juga pembahasan adalah sebagai berikut :

- Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan menguji analisis chi-square pada indikator variabel kualitas sistem, maka diperoleh hasil pada indikator Kemudahan pemakaian berpengaruh, indikator keamanan berpengaruh, indikator keandalan berpengaruh dan indikator kecepatan akses berpengaruh. Maka untuk variable kualitas sistem dapat dinyatakan **berpengaruh nyata** terhadap minat beli pada produk sayuran online di Kota Banda Aceh.
- Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan menguji analisis chi-square pada indikator variabel kualitas informasi, maka diperoleh hasil pada indikator keakuratan tidak berpengaruh, indikator mudah dipahami tidak berpengaruh, indikator informasi terkini/*up-to-date* tidak berpengaruh dan indikator relavan berpengaruh. Maka untuk variable kualitas informasi dapat dinyatakan **tidak berpengaruh nyata** terhadap minat beli pada produk sayuran online di Kota Banda Aceh.
- Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan menguji analisis chi-square pada indikator variabel kualitas pelayanan, maka diperoleh hasil pada indikator daya tanggap berpengaruh, indikator pemberian jaminan berpengaruh dan indikator sikap berpengaruh. Maka untuk variabel kualitas pelayanan dapat dinyatakan **berpengaruh nyata** terhadap minat beli pada produk sayuran online di Kota Banda Aceh.
- Berdasarkan hasil uji analisis chi-square pada variabel *e-commerce* diperoleh nilai chi-square sebesar 16,309 dan nilai p-value sebesar $0,001 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa **terdapat pengaruh** antara *e-commerce* terhadap minat beli pada produk sayuran di Kota Banda Aceh.

2. Saran

- Kepada pemerintah, ditengah era digital atau era revolusi industri 4.0 seperti sekarang ini, *e-commerce* atau perdagangan elektronik seharusnya menjadi pusat perhatian bagi pemerintah untuk dikembangkan lebih luas agar dapat memudahkan seluruh masyarakat Kota Banda Aceh untuk memenuhi kebutuhan dirumah khususnya produk sayur-sayuran.
- Kepada penyedia jasa jual beli online pada produk sayuran di Kota Banda Aceh agar dapat membuat aplikasi khusus pemasaran produk sayur-sayuran yang dapat diakses dengan mudah oleh setiap kalangan yang ingin membeli sayur di Kota Banda Aceh.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir, 2003, Pengenalan Sistem Informasi, Andi, Yogyakarta.
Anwar, Rosian. 2016. Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol. 14 No.2

- APJII. 2018. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2018. <https://apji.or.id/survei2018s/download/pCt75QfsTJGhIXPYVam3KEZjHF> glZ. Diakses Tanggal 27 Juni 2019.
- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ardiansyah, Rizal. 2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online Shop Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Universitas Islam Indonesia). Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Islma Indonesia. Yogyakarta.
- Arikunto, S. 2002. Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2014. Aceh Dalam Angka 2014. <https://aceh.bps.go.id/publication/2014/12/11/9ae1f2069bcf93be9cba26f7/aceh-dalam-angka-2014.html>. Diakses Tanggal 17 Juni 2019.
- Badan Pusat Statistik. 2015. Provinsi Aceh Dalam Angka 2015. <https://aceh.bps.go.id/publication/2015/12/08/178688a2b8613c50ebcf5235/provinsi-aceh-dalam-angka-2015.html>. Diakses Tanggal 17 Juni 2019.
- Badan Pusat Statistik. 2016. Provinsi Aceh Dalam Angka 2016. <https://aceh.bps.go.id/publication/2016/07/15/a5f010f96c746aa8cf21aa32/provinsi-aceh-dalam-angka-2016.html>. Diakses Tanggal 17 Juni 2019.
- Badan Pusat Statistik. 2017. Provinsi Aceh Dalam Angka 2017. <https://aceh.bps.go.id/publication/2017/08/12/38a9bd5efbf19416f4a0d125/provinsi-aceh-dalam-angka-2017.html>. Diakses Tanggal 17 Juni 2019.
- Badan Pusat Statistik. 2018. Provinsi Aceh Dalam Angka 2018. <https://aceh.bps.go.id/publication/2018/08/16/efb8d64a5865c3960ff0af75/provinsi-aceh-dalam-angka-2018.html>. Diakses Tanggal 20 Februari 2019.
- Davis, F.D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". MIS Quarterly. Vol. 13 No. 5: pp319-339.
- DeLone, W.H., dan McLean, E.R. 2003. Information Systems Success : The Quest for the Dependent Variable. Information Systems Research, pp. 60-95.
- Durianto, Darmadi. 2013. Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Fachrizi Alwafi dkk. 2016. Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.com. Diponegoro Journal Of Management Vol. 5, No. 2.
- Fingar, P. dkk. 2000. Enterprise. Tampa. Meghan Kiffer Press, Florida.
- Ghulam, Asyroful. 2017. Pengaruh Brand Image Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sea Master (Studi Kasus di Desa Paniahan Kecamatan Pasir Limau Kapas). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. *Manajemen Pemasaran*. IKPI, Yogyakarta
- Goetsch David L. dan Davis, Stanley B. 2002. Pengantar Manajemen Mutu 2. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta. PT Prenhallindo.
- Hadi, Sutrisno. 2000. Metodologi Penelitian. Andi Yogyakarta, Yogyakarta.
- Jogiyanto, 2007. Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset

- Kartika, T.G.M. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen Dan Pengetahuan Tentang Media Sosial Internet Terhadap Minat Beli Konsumen Online. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Bengkulu. Bengkulu.
- Kathryn, M.K dan M. Mary, 2002. Third Party Assurance : Mapping the Road to Trust in E-Retailing, *Journal of Information Technology Theory and Application*.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2006. Prinsip-prinsip Pemasaran. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta
- Kotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid I dan II. PT. Indeks, Jakarta.
- Liputan6. 2018. Konsumsi Sayuran dan Buah Masyarakat RI Masih di Bawah Standar FAO. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3483541/konsumsi-sayuran-dan-buah-masyarakat-ri-masih-di-bawah-standar-fao>. Diakses Tanggal 16 Juni 2019.
- Maleong, L.J. 2011. Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. PT. Remaja Rosdakarya, Jakarta.
- Nusarika, L.A.K. 2015. Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online (Studi Pada Produk Fashion Online Di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 8.
- Pintrich dan Schunk (1996) Pintrich, Paul R. dan Dale H. Schunk. 1996. *Motivation in Education, Theory, Research and Application*. Ohio : Prentice Hall.
- Sekaran, Uma. 2003. Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. Edisi 4. Jhon Wiley & Sons Inc. New York.
- Setiawati, Mila. 2015. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Pasir Pengaraian. Pasir Pengaraian.
- Shimp (2010) Shimp, Terence A. 2010. Advertising Promotion and Other Aspects of Interated Marketing Communication 8th Edition. Nelson Education,Ltd. Canada.
- Sirdeshmukh, D., Singh, J., Sabol, B. (2002), Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanges. *Journal of Marketing*, Vol. 66 No.1, pp.15-37.
- Sugiyono. 2001. Metode Penelitian. CV Alfa Beta, Bandung.
- Turban, 2012. Electronic Commerce 7th Edition. Pearson. United States.
- Vermaat, Shelly Cashman. 2007. Discovering Computers. Menjelajah Dunia Komputer Fundamental, Edisi 3. Salemba Infotek. Jakarta.