

# Tingkat Kognitif, Afektif dan Konatif Masyarakat Banjarmasin dalam Membeli Secara Online Berdasarkan Demografis

Teguh Wicaksono<sup>1,\*</sup>, Syahrani<sup>2</sup>, Khalisa Rahmina Suryani<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin, Kalimantan Selatan, 70123.

## ARTICLE INFO

### Keywords:

Cognitive  
Affective  
Conative  
Demographic  
Buying online



Received: 15 April 2020

Received in revised:  
5 Juni 2020

Accepted: 5 Juni 2020

Published: 11 Juni 2020

Open Access

## ABSTRACT

Online buying is a new method of buying and selling using internet as the media of transactions. It is believed that it could shift the conventional transactions, which is still the characteristic of Banjarmasin's people. This study aims to determine cognitive, affective and conative level of the people that live in Banjarmasin in online buying's activity based on demographics. This study wants to find out if there is any differences in cognitive, affective and conative level of it as well as whether there is an influence of demographic factors to cognitive, affective and conative level of Banjarmasin's people in online buying. This is a survey research that uses questionnaire as the research instrument, and 150 respondents are taken from people who live in Banjarmasin as sample. Data analysis techniques used; categorized variabel analysis to see the distribution of respondents by category; Chi Square test to see the differences of cognitive, affective and conative level based on demographics; Kruskal Wallis test to see the influence of demographic factors to cognitive, affective and conative level. Result of this study shows that cognitive, affective and conative level of Banjarmasin's people in online buying, majority is in medium category, it means majority of Banjarmasin's people know, understand and like to buy online; based on demographics, there is no differences of cognitive, affective and conative level of Banjarmasin's people in online buying; demographic factors do not influence the cognitive, affective and conative level of Banjarmasin's people in online buying.

**Keywords:** Cognitive, Affective, Conative, Demographic, Buying online

## 1. Pendahuluan

Penggunaan internet bukan saja sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga digunakan sebagai media transaksi jual beli. Di mana penjual dapat menjual barang atau jasanya secara online, begitu juga dengan konsumen dapat membeli barang atau jasa secara online juga. *Buying online* merupakan sebuah metode baru di bidang bisnis dalam berbelanja ataupun bertransaksi yang bertujuan menarik konsumen untuk berbelanja (Punyatoya, 2019; Rahman et al., 2018). Metode ini diyakini mampu menggeser perilaku konsumen dari pembelian konvensional ke pembelian secara online (Pappas et al., 2016).

Hampir semua sektor bisnis di Indonesia menggunakan internet sebagai media dalam melakukan berbagai transaksinya (Widiyanto and Prasilowati, 2015; Zamrudi and Wicaksono, 2018). Meskipun demikian, berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2018) sebanyak 56% informan menyatakan belum pernah melakukan pembelian barang atau jasa secara online, dan sisanya menyatakan lebih senang membeli barang secara langsung dengan alasan barang dapat dilihat langsung, belum bisa menggunakan ap-

likasi, khawatir barang tidak sampai, dan khawatir barang tidak sesuai pesanan.

Terdapat faktor yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan pembelian secara online, salah satunya adalah faktor demografis yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, Pendidikan dan penghasilan (Malelak et al., 2016). Dan faktor demografis ini pula diyakini mempengaruhi sikap seseorang dalam melakukan pembelian secara online (Kuruville and Joshi, 2010; Shukra et al., 2013).

Menurut (Breckler, 1984; Hawkins et al., 2010) terdapat tiga komponen yang membentuk sikap, yaitu kognitif, afektif dan konatif. Kognitif adalah sesuatu yang mengacu pada keyakinan individu terhadap suatu objek. Afektif merupakan sesuatu yang melibatkan perasaan dari dalam hati individu. Konatif adalah kecenderungan seorang individu berperilaku atas suatu objek. Tingkat kognitif, afektif dan konatif menjadi acuan individu dalam keyakinan penentuan metode dalam belanja.

Karakteristik budaya Indonesia terutama Banjar yang lebih menyenangi belanja secara konvensional, dengan alasan mereka lebih cender-

\* Corresponding author

E-mail addresses: [teguh.uniska@gmail.com](mailto:teguh.uniska@gmail.com) (085251334216)

2614-6983/ © 20XX P3M Politeknik Negeri Bengkalis. All rights reserved.

ung menyukai melihat barang secara langsung, mencoba barang untuk memastikan barang dapat digunakan atau berfungsi, dan melakukan negosiasi harga terlebih dahulu sebelum membeli. Padahal semua aktivitas tersebut sudah dapat dilakukan juga secara online, mulai mencari dan menelusuri produk hingga pembayaran dapat dilakukan secara online.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, penelitian ini ingin mengetahui tingkat kognitif, afektif dan konatif masyarakat Kota Banjarmasin dalam membeli secara online. Ingin mengetahui ada tidaknya perbedaan tingkat kognitif, afektif dan konatif berdasarkan demografis masyarakat Kota Banjarmasin dalam membeli secara online. Serta ingin melihat ada tidaknya pengaruh antara faktor demografis terhadap tingkat kognitif, afektif dan konatif masyarakat Kota Banjarmasin dalam membeli secara online.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kota Banjarmasin pada bulan Oktober 2019 sampai dengan bulan Maret 2020. Penelitian ini merupakan penelitian survey untuk membuat generalisasi atas sebuah pengamatan (Sugiyono, 2015). instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian menggunakan kuesioner.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Banjarmasin yang tercatat pada BPS Kota Banjarmasin hingga tahun 2018 mencapai 700.869 jiwa. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non purposive sampling*, di mana setiap anggota populasi tidak diberikan kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel penelitian (Ferdinand, 2014). Untuk mendapatkan jumlah sampel minimum dapat digunakan rumus Slovin sebagai berikut (Arikunto, 2010):

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot 1 - \alpha / 2 \cdot p \cdot (1 - p)}{(N - 1) d^2 + Z^2 \cdot 1 - \alpha / 2 \cdot p \cdot (1 - p)} \quad (1)$$

Dimana:

- n = Besar sampel minimum
- Z = Nilai distribusi normal baku (tabel Z) pada  $\alpha = 0,05$
- p = Proporsi di populasi
- d = Kesalahan (absolute) yang dapat ditolerir
- N = Besar populasi

Dengan proporsi populasi sebesar 10% dan tingkat kesalahan absolut yang dapat ditolerir sebesar 5%, maka diperoleh sampel minimum sebanyak 138 sampel. Dan penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 150 orang, sehingga telah memenuhi syarat minimum jumlah sampel.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji validitas dan reliabilitas, untuk menguji kualitas data.
2. Analisis kategorisasi variabel, untuk melihat sebaran responden yang dikelompokkan menggunakan kategori (Azwar, 2012).  
Rendah =  $X < M - SD$   
Sedang =  $M - SD \leq X < M + SD$   
Tinggi =  $X \geq M + SD$
3. Analisis *Chi Square*, untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan tingkat kognitif, afektif

dan konatif berdasarkan demografis, dengan hipotesis sebagai berikut:

$H_0$  : Tidak terdapat perbedaan tingkat kognitif, afektif dan konatif berdasarkan faktor demografis masyarakat kota Banjarmasin dalam membeli secara online.

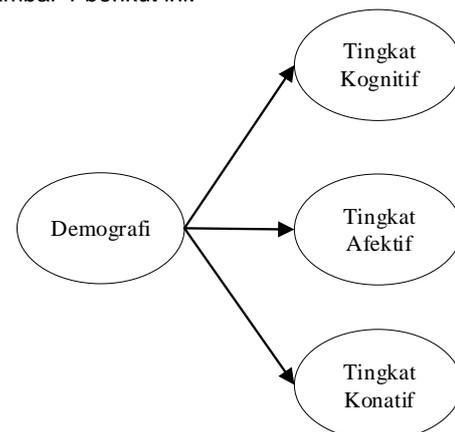
$H_1$  : Terdapat perbedaan tingkat kognitif, afektif dan konatif berdasarkan faktor demografis masyarakat kota Banjarmasin dalam membeli secara online.

4. Analisis *Kruskal Wallis*, untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh faktor demografis terhadap tingkat kognitif, afektif dan konatif, dengan hipotesis sebagai berikut:

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan faktor demografis terhadap tingkat kognitif, afektif dan konatif masyarakat kota Banjarmasin dalam membeli secara online.

$H_1$  : Terdapat pengaruh secara signifikan faktor demografis terhadap tingkat kognitif, afektif dan konatif masyarakat kota Banjarmasin dalam membeli secara online.

Desain penelitian yang digunakan seperti gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Desain Penelitian

## 3. Hasil dan Pembahasan

Uji kualitas data dilakukan untuk melihat tingkat validitas dan reliabilitas instrumen berupa kuesioner yang digunakan dalam penelitian.

### 3.1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas instrumen dengan menggunakan *Pearson Correlation Test*. Hasil uji validitas instrumen seperti pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen

Item	Pearson Correlation	Sig.	Kesimpulan
Kog1	0,692	0,000	Valid
Kog2	0,810	0,000	Valid
Kog3	0,731	0,000	Valid
Afe1	0,716	0,000	Valid
Afe2	0,858	0,000	Valid
Afe3	0,854	0,000	Valid
Kon1	0,726	0,000	Valid
Kon2	0,804	0,000	Valid
Kon3	0,893	0,000	Valid

Sumber: Data Olahan, 2020

Dari tabel 1. di atas dapat dilihat bahwa semua item pertanyaan menunjukkan nilai sig. < 0,05, sehingga semua item pertanyaan tersebut adalah valid untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

**3.2. Hasil Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas instrumen dengan mengamati nilai Cronbach's Alpha dan hasil pengujian didapat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,815, sehingga semua item pertanyaan dalam kuesioner dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi dan layak untuk digunakan dalam mengumpulkan data penelitian.

**3.3. Karakteristik Responden**

Karakteristik responden untuk memberikan gambaran demografis yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, tingkat Pendidikan dan penghasilan yang disajikan seperti pada tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Karakteristik Responden Secara Demografis

Faktor Demografis	Frekuensi	Persentase
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	65	43,3%
Perempuan	85	56,7%
Total	150	100%
<b>Usia</b>		
di bawah 20 tahun	2	1,3%
20 – 30 tahun	113	75,3%
31 – 40 tahun	18	12,0%
41- 50 tahun	12	8,0%
di atas 50 tahun	5	3,3%
Total	150	100%
<b>Pekerjaan</b>		
Tidak bekerja	1	0,7%
Pelajar/Mahasiswa	74	49,3%
Pegawai Negeri	11	7,3%
Pegawai Swasta	36	24,0%
Wirausaha	4	2,7%
Jasa Profesi	7	4,7%
Lainnya	17	11,3%
Total	150	100%
<b>Tingkat Pendidikan</b>		
SD/SLTP/SLTA	76	50,7%
Diploma	6	4,0%
S1	50	33,3%
S2	14	9,3%
S3	4	2,7%
Total	150	100%
<b>Penghasilan</b>		
< Rp. 1 juta	48	32,0%
Rp. 1 juta – Rp. 2,5 juta	36	24,0%
Rp. 2,55 – Rp. 4,9 juta	41	27,3%
Rp. 5 – Rp. 9,99 juta	18	12,0%
> Rp. 10 juta	7	4,7%
Total	150	100%

Sumber: Data Olahan, 2020

**3.4. Analisis Kategorisasi Variabel**

Hasil kategorisasi variabel tingkat kognitif seperti pada tabel 3. di bawah ini.

Tabel 3. Kategorisasi Variabel Tingkat Kognitif

Kategori	Interval Skor	Frek.	%
Rendah	X < 9	29	19,3
Sedang	9 ≤ X < 13	107	71,3
Tinggi	X ≥ 13	14	9,3
<b>Jumlah</b>		<b>150</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Olahan, 2020

Dari tabel 3. di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian

pada variabel tingkat kognitif dalam membeli secara online dalam kategori sedang, yaitu sebanyak 107 responden (71,3%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkat kognitif masyarakat kota Banjarmasin dalam membeli secara online dapat dikatakan sudah cukup baik karena mayoritas responden memberikan penilaian pada kategori sedang. Hasil analisa tingkat kognitif responden berdasarkan demografis dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Variabel Tingkat Kognitif Berdasarkan Demografis

Faktor Demografis	Rendah	Sedang	Tinggi
<b>Jenis Kelamin</b>			
Laki-laki	27,7%	63,1%	9,2%
Perempuan	12,9%	77,6%	9,4%
<b>Usia</b>			
di bawah 20 tahun	0,0%	50,0%	50,0%
20 – 30 tahun	22,1%	68,1%	9,7%
31 – 40 tahun	11,1%	88,9%	0,0%
41- 50 tahun	0,0%	91,7%	8,3%
di atas 50 tahun	40,0%	40,0%	20,0%
<b>Pekerjaan</b>			
Tidak bekerja	100,0%	0,0%	0,0%
Pelajar/Mahasiswa	18,9%	71,6%	9,5%
Pegawai Negeri	36,4%	63,6%	0,0%
Pegawai Swasta	16,7%	69,4%	13,9%
Wirausaha	50,0%	50,0%	0,0%
Jasa Profesi	0,0%	85,7%	14,3%
Lainnya	11,8%	82,4%	5,9%
<b>Tingkat Pendidikan</b>			
SD/SLTP/SLTA	22,4%	67,1%	10,5%
Diploma	16,7%	83,3%	0,0%
S1	18,0%	74,0%	8,0%
S2	7,1%	78,6%	14,3%
S3	25,0%	75,0%	0,0%
<b>Penghasilan</b>			
< Rp. 1 jt	20,8%	70,8%	8,3%
Rp. 1 jt – Rp. 2,5 jt	16,7%	69,4%	13,9%
Rp. 2,55 jt – Rp. 4,9 jt	19,5%	73,2%	7,3%
Rp. 5 jt – Rp. 9,9 jt	16,7%	77,8%	5,6%
> Rp. 10 jt	28,6%	57,1%	14,3%

Sumber: Data Olahan, 2020

Dari tabel 4 di atas, hasil yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut:

- Berdasarkan jenis kelamin, nilai persentase tingkat kognitif pada kategori tinggi hampir tidak ada perbedaan antara laki-laki (9,2%) dan perempuan (9,4%). Untuk kategori sedang lebih banyak diberikan oleh responden perempuan (77,6%) dari pada laki-laki (63,1%). Sedangkan untuk kategori rendah persentase perempuan lebih kecil dari laki-laki.
- Berdasarkan usia, nilai persentase tingkat kognitif pada kategori tinggi lebih banyak diberikan oleh responden dalam kelompok usia di bawah 20 tahun (50%) dibandingkan dengan kelompok usia lain. Untuk kategori sedang lebih banyak diberikan oleh kelompok usia antara 41 – 50 tahun (91,7%) dibandingkan dengan kelompok usia lain. Sedangkan untuk kategori rendah kelompok usia di atas 50 tahun (40%) memiliki persentase yang lebih tinggi dari pada kelompok usia lain.
- Berdasarkan pekerjaan, nilai persentase tingkat kognitif pada kategori tinggi lebih banyak diberikan oleh responden dengan pekerjaan sebagai jasa profesi (14,3%) dibandingkan dengan jenis pekerjaan lain.

Untuk kategori sedang juga lebih banyak diberikan oleh responden dengan pekerjaan jasa profesi (85,7%) dibandingkan dengan jenis pekerjaan lain. Sedangkan untuk kategori rendah yang tidak bekerja memiliki persentase yang lebih besar dari pada jenis pekerjaan lain.

- Berdasarkan tingkat pendidikan, nilai persentase tingkat kognitif pada kategori tinggi lebih banyak diberikan oleh responden yang tingkat pendidikannya S2 (14,3%) dibandingkan tingkat Pendidikan lainnya. Untuk kategori sedang lebih banyak diberikan oleh responden yang tingkat pendidikannya diploma (83,3%) dibandingkan dengan tingkat Pendidikan lain. Sedangkan untuk kategori rendah tingkat Pendidikan S3 memiliki persentase yang lebih besar dari tingkat Pendidikan lain.
- Berdasarkan penghasilan, nilai persentase tingkat kognitif pada kategori tinggi lebih banyak diberikan oleh responden dengan penghasilan di atas 10 juta rupiah (14,3%) dibandingkan dengan penghasilan lain. Untuk kategori sedang lebih banyak diberikan oleh responden dengan penghasilan antara 5 sampai 9,9 juta rupiah (77,8%) dibandingkan dengan penghasilan yang lain. Sedangkan untuk kategori rendah penghasilan di atas 10 juta rupiah memiliki persentase yang lebih tinggi dibandingkan dengan penghasilan lain.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa berdasarkan demografis, tingkat kognitif masyarakat kota Banjarmasin dalam membeli secara online sudah cukup baik karena mayoritas penilaian dalam kategori sedang untuk seluruh kelompok faktor demografis.

Hasil kategorisasi variabel tingkat afektif seperti pada tabel 5. di bawah ini.

Tabel 5. Kategorisasi Variabel Tingkat Afektif

Kategori	Interval Skor	Frek.	%
Rendah	$X < 9,8$	21	14
Sedang	$9,8 \leq X < 13$	112	74,7
Tinggi	$X \geq 13$	17	11,3
<b>Jumlah</b>		<b>150</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Olahan, 2020

Dari tabel 5. di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian pada variabel tingkat afektif dalam membeli secara online dalam kategori sedang, yaitu sebanyak 112 responden (74,7%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkat afektif masyarakat kota Banjarmasin dalam membeli secara online dapat dikatakan sudah cukup baik karena mayoritas responden memberikan penilaian pada kategori sedang. Hasil analisa tingkat afektif responden berdasarkan demografis dapat dilihat pada tabel 6. Dari tabel 6, hasil yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

- Berdasarkan jenis kelamin, nilai persentase tingkat afektif pada kategori tinggi lebih banyak diberikan oleh responden laki-laki (13,8%) dibandingkan dengan perempuan (9,4%). Untuk kategori sedang lebih banyak diberikan oleh responden perempuan (77,6%) dari pada laki-laki (70,8%). Se-

dangkan untuk kategori rendah persentase perempuan lebih kecil dari laki-laki.

Tabel 6. Variabel Tingkat Afektif Berdasarkan Demografis

Faktor Demografis	Rendah	Sedang	Tinggi
<b>Jenis Kelamin</b>			
Laki-laki	15,4%	70,8%	13,8%
Perempuan	12,9%	77,6%	9,4%
<b>Usia</b>			
di bawah 20 tahun	50,0%	0,0%	50,0%
20 – 30 tahun	15,9%	72,6%	11,5%
31 – 40 tahun	5,6%	88,9%	5,6%
41- 50 tahun	8,3%	83,3%	8,3%
di atas 50 tahun	0,0%	80,0%	20,0%
<b>Pekerjaan</b>			
Tidak bekerja	0,0%	100,0%	0,0%
Pelajar/Mahasiswa	20,3%	70,3%	9,5%
Pegawai Negeri	18,2%	81,8%	0,0%
Pegawai Swasta	2,8%	80,6%	16,7%
Wirasaha	50,0%	50,0%	0,0%
Jasa Profesi	0,0%	100,0%	0,0%
Lainnya	5,9%	70,6%	23,5%
<b>Tingkat Pendidikan</b>			
SD/SLTP/SLTA	17,1%	71,1%	11,8%
Diploma	33,3%	66,7%	0,0%
S1	12,0%	78,0%	10,0%
S2	0,0%	85,7%	14,3%
S3	0,0%	75,0%	25,0%
<b>Penghasilan</b>			
< Rp. 1 jt	16,7%	72,9%	10,4%
Rp. 1 jt – Rp. 2,5 jt	16,7%	72,2%	11,1%
Rp. 2,55 jt – Rp. 4,9 jt	12,2%	78,0%	9,8%
Rp. 5 jt – Rp. 9,9 jt	5,6%	72,2%	22,2%
> Rp. 10 jt	14,3%	85,7%	0,0%

Sumber: Data Olahan, 2020

- Berdasarkan usia, nilai persentase tingkat afektif pada kategori tinggi lebih banyak diberikan oleh responden dalam kelompok usia di bawah 20 tahun (50%) dibandingkan dengan kelompok usia lain. Untuk kategori sedang lebih banyak diberikan oleh responden kelompok usia antara 31 – 40 tahun (88,9%) dibandingkan dengan kelompok usia lain. Sedangkan untuk kategori rendah kelompok usia di bawah 20 tahun (50%) memiliki persentase yang lebih tinggi dari pada kelompok usia lain.
- Berdasarkan pekerjaan, nilai persentase tingkat afektif pada kategori tinggi lebih banyak diberikan oleh responden dengan kelompok pekerjaan lainnya (23,5%) dibandingkan dengan jenis pekerjaan lain. Untuk kategori sedang lebih banyak diberikan oleh responden dengan status tidak bekerja (100%) dan jasa profesi (100%) dibandingkan dengan jenis pekerjaan lain. Sedangkan untuk kategori rendah yang pekerjaannya wirasaha memiliki persentase yang lebih besar dari pada jenis pekerjaan lain.
- Berdasarkan tingkat pendidikan, nilai persentase tingkat afektif pada kategori tinggi lebih banyak diberikan oleh responden yang tingkat pendidikannya S3 (25%) dibandingkan tingkat Pendidikan lainnya. Untuk kategori sedang lebih banyak diberikan oleh responden yang tingkat pendidikannya S2 (85,7%) dibandingkan dengan tingkat Pendidikan lain. Sedangkan untuk kategori rendah tingkat Pendidikan diploma memiliki per-

sentase yang lebih besar dari tingkat Pendidikan lain.

5. Berdasarkan penghasilan, nilai persentase tingkat afektif pada kategori tinggi lebih banyak diberikan oleh responden dengan penghasilan antara 5 sampai 9,9 juta rupiah (22,2%) dibandingkan dengan penghasilan lain. Untuk kategori sedang lebih banyak diberikan oleh responden dengan penghasilan di atas 10 juta rupiah (85,7%) dibandingkan dengan penghasilan yang lain. Sedangkan untuk kategori rendah penghasilan di bawah 1 juta dan 1 juta sampai 2,5 juta memiliki persentase yang lebih tinggi dibandingkan dengan penghasilan lain.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa berdasarkan demografis, tingkat afektif masyarakat kota Banjarmasin dalam membeli secara online sudah cukup baik karena mayoritas penilaian dalam kategori sedang untuk seluruh kelompok faktor demografis.

Hasil kategorisasi variabel tingkat konatif seperti pada tabel 7. di bawah ini.

Tabel 7. Kategorisasi Variabel Tingkat Konatif

Kategori	Interval Skor	Frek.	%
Rendah	$X < 7,5$	16	10,7
Sedang	$7,5 \leq X < 11$	113	75,3
Tinggi	$X \geq 11$	21	14
<b>Jumlah</b>		<b>150</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Olahan, 2020

Dari tabel 7. di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian pada variabel tingkat konatif dalam membeli secara online dalam kategori sedang, yaitu sebanyak 113 responden (75,3%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkat konatif masyarakat kota Banjarmasin dalam membeli secara online dapat dikatakan sudah cukup baik karena mayoritas responden memberikan penilaian pada kategori sedang. Adapun hasil analisa variabel tingkat konatif berdasarkan demografis dapat dilihat pada tabel 8.

Dari tabel 8, hasil yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan jenis kelamin, nilai persentase tingkat konatif pada kategori tinggi lebih banyak diberikan oleh responden perempuan (18,8%) dibandingkan dengan laki-laki (7,7%). Untuk kategori sedang lebih banyak diberikan oleh responden laki-laki (80%) dari pada perempuan (71,8%). Sedangkan untuk kategori rendah persentase perempuan lebih kecil dari laki-laki.
2. Berdasarkan usia, nilai persentase tingkat konatif pada kategori tinggi lebih banyak diberikan oleh responden dalam kelompok usia di bawah 20 tahun (50%) dibandingkan dengan kelompok usia lain. Untuk kategori sedang lebih banyak diberikan oleh responden kelompok usia di atas 50 tahun (100%) dibandingkan dengan kelompok usia lain. Sedangkan untuk kategori rendah kelompok usia antara 41 - 50 tahun (33,3%) memiliki persentase yang lebih tinggi dari pada kelompok usia lain.

Tabel 8. Variabel Tingkat Konatif Berdasarkan Demografis

Faktor Demografis	Rendah	Sedang	Tinggi
<b>Jenis Kelamin</b>			
Laki-laki	12,3%	80,0%	7,7%
Perempuan	9,4%	71,8%	18,8%
<b>Usia</b>			
di bawah 20 tahun	0,0%	50,0%	50,0%
20 – 30 tahun	8,8%	75,2%	15,9%
31 – 40 tahun	11,1%	83,3%	5,6%
41- 50 tahun	33,3%	58,3%	8,3%
di atas 50 tahun	0,0%	100,0%	0,0%
<b>Pekerjaan</b>			
Tidak bekerja	0,0%	100,0%	0,0%
Pelajar/Mahasiswa	9,5%	71,6%	18,9%
Pegawai Negeri	27,3%	72,7%	0,0%
Pegawai Swasta	16,7%	72,2%	11,1%
Wirausaha	0,0%	100,0%	0,0%
Jasa Profesi	0,0%	100,0%	0,0%
Lainnya	0,0%	82,4%	17,6%
<b>Tingkat Pendidikan</b>			
SD/SLTP/SLTA	7,9%	78,9%	13,2%
Diploma	16,7%	83,3%	0,0%
S1	14,0%	68,0%	18,0%
S2	14,3%	71,4%	14,3%
S3	0,0%	100,0%	0,0%
<b>Penghasilan</b>			
< Rp. 1 jt	10,4%	66,7%	22,9%
Rp. 1 jt – Rp. 2,5 jt	2,8%	83,3%	13,9%
Rp. 2,55 jt – Rp. 4,9 jt	17,1%	80,5%	2,4%
Rp. 5 jt – Rp. 9,9 jt	11,1%	72,2%	16,7%
> Rp. 10 jt	14,3%	71,4%	14,3%

Sumber: Data Olahan, 2020

2. Berdasarkan pekerjaan, nilai persentase tingkat konatif pada kategori tinggi lebih banyak diberikan oleh responden dengan kelompok pekerjaan pelajar/mahasiswa (18,9%) dibandingkan dengan jenis pekerjaan lain. Untuk kategori sedang lebih banyak diberikan oleh responden dengan status tidak bekerja (100%), wirausaha (100%) dan jasa profesi (100%) dibandingkan dengan jenis pekerjaan lain. Sedangkan untuk kategori rendah yang pekerjaannya pegawai negeri memiliki persentase yang lebih besar dari pada jenis pekerjaan lain.
3. Berdasarkan tingkat pendidikan, nilai persentase tingkat konatif pada kategori tinggi lebih banyak diberikan oleh responden yang tingkat pendidikannya S1 (18%) dibandingkan tingkat Pendidikan lainnya. Untuk kategori sedang lebih banyak diberikan oleh responden yang tingkat pendidikannya S3 (100%) dibandingkan dengan tingkat Pendidikan lain. Sedangkan untuk kategori rendah tingkat Pendidikan diploma memiliki persentase yang lebih besar dari tingkat Pendidikan lain.
4. Berdasarkan penghasilan, nilai persentase tingkat konatif pada kategori tinggi lebih banyak diberikan oleh responden dengan penghasilan di bawah 1 juta rupiah (22,9%) dibandingkan dengan penghasilan lain. Untuk kategori sedang lebih banyak diberikan oleh responden dengan penghasilan antara 1 sampai 2,5 juta (83,3%) dibandingkan dengan penghasilan yang lain. Sedangkan untuk kategori rendah penghasilan antara 2,55 sampai 4,9 juta memiliki persentase

yang lebih tinggi dibandingkan dengan penghasilan lain.

Secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa berdasarkan demografis, tingkat konatif masyarakat kota Banjarmasin dalam membeli secara online sudah cukup baik karena mayoritas penilaian dalam kategori sedang untuk seluruh kelompok faktor demografis.

### 3.5. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang pertama dilakukan dengan menggunakan uji *Chi Square* dengan melihat nilai signifikansi, jika nilai sig. < 0,05 maka tolak  $H_0$ . Hasil uji *Chi Square* seperti pada tabel 9 di bawah ini.

Tabel 9. Hasil Uji *Chi Square*

			Chi Square	Sig.	Kesimpulan
Jenis Kelamin	Ke-	Kognitif	5,243	0,073	Terima $H_0$
Usia			13,212	0,105	Terima $H_0$
Pekerjaan			13,225	0,353	Terima $H_0$
Pendidikan			3,557	0,895	Terima $H_0$
Penghasilan			2,395	0,966	Terima $H_0$
Jenis Kelamin	Ke-	Afektif	1,030	0,598	Terima $H_0$
Usia			9,830	0,277	Terima $H_0$
Pekerjaan			18,533	0,100	Terima $H_0$
Pendidikan			6,819	0,556	Terima $H_0$
Penghasilan			4,483	0,811	Terima $H_0$
Jenis Kelamin	Ke-	Konatif	3,881	0,144	Terima $H_0$
Usia			12,111	0,146	Terima $H_0$
Pekerjaan			13,400	0,341	Terima $H_0$
Pendidikan			4,771	0,782	Terima $H_0$
Penghasilan			11,469	0,177	Terima $H_0$

Sumber: Data Olahan, 2020

Dari tabel 9 di atas dapat diketahui hasil uji hipotesis pertama adalah sebagai berikut:

1. Tidak terdapat perbedaan tingkat kognitif untuk semua komponen demografis, karena nilai Sig. > 0,05 untuk semua komponen demografis yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, Pendidikan dan penghasilan.
2. Tidak terdapat perbedaan tingkat afektif untuk semua komponen demografis, karena nilai Sig. > 0,05 untuk semua komponen demografis.
3. Tidak terdapat perbedaan tingkat konatif untuk semua komponen demografis, karena nilai Sig. > 0,05 untuk semua komponen demografis.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan tidak terdapat perbedaan tingkat kognitif, afektif dan konatif untuk semua komponen demografis. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Dai et al., (2019) bahwa tidak ada perbedaan tingkat kognitif dan afektif untuk faktor demografis. Begitu juga dengan hasil penelitian Mayvita and Zulfikar, (2019) bahwa tidak terdapat perbedaan yang nyata tingkat kognitif dan afektif berdasarkan demografis. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Patricia et al., (2005) bahwa terdapat perbedaan sikap yang terdiri dari kognitif dan afektif berdasarkan demografis.

Pengujian hipotesis yang kedua dilakukan dengan menggunakan uji *Kruskal Wallis* dengan

melihat nilai signifikansi, jika nilai Sig. < 0,05 maka terdapat pengaruh secara signifikan faktor demografis terhadap tingkat kognitif, afektif dan konatif. Hasil uji *Kruskal Wallis* seperti pada tabel 10 di bawah ini.

Tabel 10. Hasil Uji *Kruskal Wallis*

		Sig.	Kesimpulan
Jenis Kelamin	Kognitif	0,365	Terima $H_0$
Usia		0,817	Terima $H_0$
Pekerjaan		0,101	Terima $H_0$
Pendidikan		0,534	Terima $H_0$
Penghasilan		0,963	Terima $H_0$
Jenis Kelamin	Afektif	0,674	Terima $H_0$
Usia		0,679	Terima $H_0$
Pekerjaan		0,507	Terima $H_0$
Pendidikan		0,232	Terima $H_0$
Penghasilan		0,142	Terima $H_0$
Jenis Kelamin	Konatif	0,310	Terima $H_0$
Usia		0,229	Terima $H_0$
Pekerjaan		0,233	Terima $H_0$
Pendidikan		0,990	Terima $H_0$
Penghasilan		0,169	Terima $H_0$

Sumber: Data Olahan, 2020

Dari tabel 10 di atas dapat diketahui hasil uji hipotesis kedua adalah sebagai berikut:

1. Faktor demografis tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kognitif, karena semua nilai Sig. > 0,05 untuk semua komponen demografis.
2. Faktor demografis tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat afektif, karena semua nilai Sig. > 0,05 untuk semua komponen demografis.
3. Faktor demografis tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat konatif, karena semua nilai Sig. > 0,05 untuk semua komponen demografis.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan faktor demografis tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kognitif, afektif dan konatif. Artinya tingkat kognitif, afektif, dan konatif masyarakat kota Banjarmasin tidak dipengaruhi oleh faktor demografis yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, Pendidikan dan penghasilan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Mulyono, (2012) bahwa faktor demografis yang terdiri dari jenis kelamin dan usia tidak berpengaruh terhadap tingkat kognitif. Begitu juga dengan penelitian (Mayvita and Zulfikar, 2019) bahwa faktor demografis tidak berpengaruh terhadap variabel kognitif, afektif dan konatif.

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan Tingkat kognitif, afektif dan konatif masyarakat Kota Banjarmasin dalam membeli secara online mayoritas dalam kategori sedang, artinya masyarakat kota Banjarmasin mayoritas mengetahui, paham dan suka dengan membeli secara online. Berdasarkan demografis tingkat kognitif paling tinggi pada jenis kelamin perempuan, rentang usia di bawah 20 tahun, dengan jenis pekerjaan jasa profesi, tingkat Pendidikan S2 dan penghasilan di atas 10 juta. Tingkat afektif paling tinggi pada jenis kelamin laki-laki, usia di bawah

20 tahun, pekerjaan pada kelompok lainnya, Pendidikan S3 dan penghasilan antara 5 – 9,9 juta. Tingkat konatif paling tinggi pada jenis kelamin perempuan, usia di bawah 20 tahun, pekerjaan pelajar/mahasiswa, Pendidikan S1 dan penghasilan di bawah 1 juta.

Tingkat kognitif, afektif dan konatif masyarakat kota Banjarmasin tidak ada perbedaan berdasarkan faktor demografis. Faktor demografis tidak mempengaruhi tingkat kognitif, afektif dan konatif masyarakat Kota Banjarmasin dalam membeli secara online.

## Referensi

- Arikunto, S., 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, 7th ed. Rineka Cipta, Jakarta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2018. *Penetrasi & profil perilaku pengguna internet indonesia*.
- Azwar, S., 2012. *Penyusunan Skala Psikologi Edisi II*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Breckler, S.J., 1984. Empirical validation of affect, behavior, and cognition as distinct components of attitude. *J. Pers. Soc. Psychol.* 47, 1191.
- Dai, W., Arnulf, J.K., Iao, L., Wan, P., Dai, H., 2019. Like or want? Gender differences in attitudes toward online shopping in China. *Psychol. Mark.* 36, 354–362.
- Ferdinand, A., 2014. *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi Lima. ed. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hawkins, D.I., Mothersbaugh, D.L., Best, R.J., 2010. *Consumer behavior*. NY McGraw-Hill.
- Kuruville, S.J., Joshi, N., 2010. Influence of demographics, psychographics, shopping orientation, mall shopping attitude and purchase patterns on mall patronage in India. *J. Retail. Consum. Serv.* 17, 259–269.
- Malelak, M.I., Memarisa, G., Anastasia, N., 2016. Pengaruh Faktor Demografi terhadap Perilaku Penggunaan Kartu Kredit. *Inovbiz J. Inov. Bisnis* 4, 172–188.
- Mayvita, P.A., Zulfikar, R., 2019. The level of cognitive, affective and konative banjarmasin's public based on demographic and psychographic in responding to prohibition policy the use of plastic as shooping bags. *J. Ekon. dan Manaj.* 19, 637–649.
- Mulyono, F., 2012. Faktor demografis dalam perilaku pembelian impulsif. *J. Adm. Bisnis* 8.
- Pappas, I.O., Kourouthanassis, P.E., Giannakos, M.N., Chrissikopoulos, V., 2016. Explaining online shopping behavior with fsQCA: The role of cognitive and affective perceptions. *J. Bus. Res.* 69, 794–803.
- Patricia, S., Victor, P., Stanley, W., 2005. Attitude and age differences in online buying. *Int. J. Retail & Distrib. Manag.* 33, 122–132. <https://doi.org/10.1108/09590550510581458>
- Punyatoya, P., 2019. Effects of cognitive and affective trust on online customer behavior. *Mark. Intell. Plan.* 37, 80–96.
- Rahman, S. ur, Khan, M.A., Iqbal, N., 2018. Motivations and barriers to purchasing online: understanding consumer responses. *South Asian J. Bus. Stud.* 7, 111–128.
- Shukra, M.M., Jaiswal, A.K., Kumar, M., 2013. Security Based Performance Analysis in Optical CDMA Network Systems. *IOSR J. Electron. Commun. Eng.* 8, 70–74.
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Manajemen*, Cetakan ke. ed. Alfabeta, Bandung.
- Widiyanto, I., Prasilowati, S.L., 2015. Perilaku pembelian melalui internet. *J. Manaj. dan Kewirausahaan* 17, 109–122.
- Zamrudi, Z., Wicaksono, T., 2018. Social Commerce Adoption in SME's. *JEMA J. Ilm. Bid. Akunt. dan Manaj.* 15, 144–154.