



**PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKETPLACE SHOPEE
(Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Jakarta Timur)**

SKRIPSI

VENNY HERLINA 1710111040

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**



**PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKETPLACE SHOPEE
(Studi ada Pengguna Aplikasi Shopee Di Jakarta Timur)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**

VENNY HERLINA 1710111040

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2021

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah dinyatakan dengan benar.

Nama : Venny Herlina

NIM : 1710111040

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia di tuntutan dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 30 Juni 2021

Yang menyatakan



(Venny Herlina)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Venny Herlina
NIM : 1710111040
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Pengaruh Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee
(Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Jakarta Timur)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 30 Juni 2021
Yang Menyatakan,



(Venny Herlina)

SKRIPSI
PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKETPLACE SHOPEE

(Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Jakarta Timur)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

VENNY HERLINA 1710111040

Telah dipertahankan di depan TIM Penguji pada tanggal : 15 Juli 2021

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Drs. Nobelson, MM
Ketua Penguji



Rosali, SE., MM
Penguji I



Dr. Prasetyo Hadi, SE., M.M., CFMP
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Wahyudi, S.E., M.M
Ketua Program Studi Manajemen

Disahkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 15 Juli 2021

***The Influence of Purchase Decisions on the Shopee Marketplace
(Study on Shopee Application Users in East Jakarta)***

By Venny Herlina

Abstract

Shopee is an online marketplace that can easily and quickly make buying and selling online. Shopee offers a wide range of products from fashion to daily necessities. The purpose of this study was to determine and prove whether the Purchase Decision in the Shopee Marketplace has an influence on the variables of Online Consumer Reviews, Prices, and Promotions. This research is a quantitative research. The population taken from the research object is the Shopee Application User. The sample used was 75 respondents with nonprobability sampling method specifically purposive sampling as a sampling technique. Data were collected by using a questionnaire and using a PLS (Partial Least Square) calculator. The results show that: (1) Online Consumer Reviews have a positive and significant effect on Purchase Decisions, (2) Price has no significant effect on Purchase Decisions, (3) Promotion has a positive and significant effect on Purchase Decisions.

Keywords: *Online Consumer Review, Price, Promotion and Purchase Decision.*

Pengaruh Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee

(Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Jakarta Timur)

Oleh Venny Herlina

Abstrak

Shopee adalah *marketplace online* yang dapat dengan mudah dan cepat untuk melakukan jual beli secara online. Shopee menawarkan berbagai macam produk mulai dari fashion hingga dengan kebutuhan sehari-hari. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan membuktikan apakah Keputusan Pembelian pada *Marketplace Shopee* dipengaruhi dengan variabel *Online Consumer Review*, Harga, dan Promosi. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang diambil dari objek penelitian merupakan Pengguna Aplikasi Shopee. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 75 responden dengan metode *nonprobability sampling* secara spesifik *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Data dikumpulkan dengan kuesioner dan menggunakan alat hitung PLS (*Partial Least Square*). Adapun hasil menunjukkan bahwa : (1) *Online Consumer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (2) Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : *Online Consumer Review*, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971
Laman : www.upnvj.ac.id, e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2020/2021

Pada hari Kamis, 15 Juli 2021, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Venny Herlina




NIM : 1710111040

Program : Manajemen S.1

“PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE*
(Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Jakarta Timur)”

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak lulus**)

Tim Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Nobelson, M.M	Ketua Penguji	
2	Rosali, SE.,M.M	Penguji I	
3	Dr. Prasetyo Hadi, SE.,M.M.,CFMP	Penguji II **)	

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 15 Juli 2021
Mengesahkan
A.n. Dekan
Kaprodi. Manajemen S1



(Wahyudi, SE., MM)

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian dengan judul **“Pengaruh Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Jakarta Timur)”**. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE.,Ak.,M.Ak.,CA.,CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Bapak Wahyudi, SE.,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan Bapak Drs. Nurmatias, MM., CFMP selaku Dosen Pembimbing Akademik. Kemudian Bapak Dr. Prasetyo Hadi, SE., M.M.,CFMP dan Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan dan memberi saran-saran yang sangat bermanfaat dalam proses penyusunan skripsi. Serta penulis ucapkan terimakasih kepada seluruh Dosen, Staff Admin Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bimbingan maupun arahan selama masa perkuliahan.

Disamping itu, penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Bapak Herman Jamaris dan Ibu Ernawati selaku orang tua serta ucapan terimakasih kepada Bapak Abdul Gani dan Ibu Zulisnar selaku kakek dan nenek, serta seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis, serta rekan grup Jalan Kaki yang telah menemani dan memberikan dukungan kepada penulis selama penulisan skripsi ini. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat baik bagi penulis maupun bagi pembaca di masa mendatang.

Jakarta, 30 Juni 2021

Venny Herlina

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Hasil Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
II.1 Landasan Teori.....	10
II.1.1 Pemasaran	10
II.1.2 Perilaku Konsumen	11
II.1.3 <i>Online Consumer Review</i>	12
II.1.4 Harga	14
II.1.5 Promosi	16
II.1.6 Keputusan Pembelian.....	20

II.1.7	<i>Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian</i>	24
II.1.8	Harga Terhadap Keputusan Pembelian	24
II.1.9	Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	25
II.2	Penelitian Terdahulu	25
II.3	Model Penelitian	34
II.4	Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN		36
III.1	Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
III.1.1	Defenisi Operasional	36
III.1.2	Pengukuran Variabel	37
III.2	Populasi dan Sampel	38
III.2.1	Populasi	38
III.2.2	Sampel.....	38
III.3	Teknik Pengumpulan Data.....	40
III.3.1	Jenis Data	40
III.3.2	Sumber Data.....	40
III.3.3	Pengumpulan Data	40
III.4	Teknik Analisis Data.....	42
III.4.1	Analisis Deskriptif	43
III.4.2	Analisis Inferensial.....	44
III.4.3	Uji Instrumen	49
III.4.3.1	Uji Validitas	49
III.4.3.2	Uji Reliabilitas	50
III.4.4	Uji Hipotesis	51
III.4.4.1	Uji T (Uji Signifikan Parsial).....	51
III.4.4.2	Uji Koefesien Determinasi (R^2)	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		54
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	54
IV.2	Deskripsi Data Penelitian.....	55
IV.3	Uji Hipotesis Dan Analisis.....	57

IV.3.1	Analisis Deskriptif	57
IV.3.2	Analisis Inferensial.....	61
IV.4	Pembahasan.....	72
IV.4.1	Pengaruh <i>Online Consumer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
IV.4.2	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	72
IV.4.3	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	73
IV.5	Keterbatasan Penelitian	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		75
V.1	Simpulan	75
V.2	Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA		77
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel.1	APJII periode 2019-kuartal II/20201
Tabel.2	Hasil Penelitian Terdahulu32
Tabel.3	Pengukuran Variabel39
Tabel.4	Skala Lilert43
Tabel.5	Kisi-kisi Instrumen43
Tabel.6	Interpretasi Nilai Indeks Responden46
Tabel.7	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai <i>Alpha</i>53
Tabel.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin57
Tabel.9	Karakteristik Berdasarkan Usia58
Tabel.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan58
Tabel.11	Interpretasi Nilai Indeks Responden59
Tabel.12	Hasil Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian60
Tabel.13	Hasil Tanggapan Responden Variabel <i>Online Consumer Review</i>61
Tabel.14	Hasil Tanggapan Responden Variabel Harga62
Tabel.15	Hasil Tanggapan Responden Variabel Promosi63
Tabel.16	<i>Convergent Validity</i> Melalui <i>Output Outer Loading</i>68
Tabel.17	<i>Discriminant Validity</i> Melalui <i>Output Fornell-Lacker Criterium</i>69
Tabel.18	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)70
Tabel.19	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE) setelah Re-estimasi70
Tabel.20	Uji Reliabilitas melalui <i>Composite Reliability</i>71
Tabel.21	<i>Cronbach's Alpha</i>71
Tabel.22	Nilai <i>R-square</i>72
Tabel.23	Hasil Uji statistik t73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Peta <i>Marketplace</i> Quartal 4 Tahun 2020	3
Gambar 2. <i>Review</i> barang pada <i>Marketplace</i> Shopee.....	5
Gambar 3. Metode penelitian.....	36
Gambar 4. Langkah-langkah Analisis PLS.....	47
Gambar 5. <i>Inner Model</i>	48
Gambar 6. Kerangka Model Penelitian.....	49
Gambar 7. Logo Shopee	56
Gambar 8. <i>Outer Model</i>	64
Gambar 9. <i>Outer Model</i> setelah di Re-estimasi	65
Gambar 10. <i>Inner Model</i>	72

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Matriks Penelitian
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner 75 Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Deskripsi Data Penelitian
- Lampiran 7. Hasil *Output Outer* Model Penelitian
- Lampiran 8. Hasil *Output Inner* Model Penelitian
- Lampiran 9. Hasil *Output* Model PLS
- Lampiran 10. T tabel
- Lampiran 11. Hasil Turnitin