



**MINAT BELI PADA *MARKETPLACE* SHOPEE
(STUDI PADA DKI JAKARTA)**

SKRIPSI

ASSA SAPUTRI 1910111039

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**



**MINAT BELI PADA *MARKETPLACE* SHOPEE
(STUDI PADA DKI JAKARTA)**

SKRIPSI

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

ASSA SAPUTRI 1910111039

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

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Assa Saputri

NIM : 1910111039

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

Jakarta, 09 Desember 2022

Yang menyatakan



(Assa Saputri)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Assa Saputri
NIM : 1910111039
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 :

Minat Beli Pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Pada DKI Jakarta)

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 : 09 Desember 2022

Yang menyatakan,



(Assa Saputri)

SKRIPSI

Minat Beli Pada Marketplace Shopee (Studi Pada DKI Jakarta)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Asa Saputri 1910111039

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada Tanggal : 27 Desember 2022

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Dr. Prasetyo Hadi, SE, MM, CFMP
Ketua Penguji

Dra. Heni Nastiti, MM
Penguji I



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

Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM, MOS, CPM, CIRB
Penguji II (Pembimbing)

Siti Hidavati, S.E., M.M
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 27 Desember 2022

Interest In Buying In Shopee Marketplace (Study In DKI Jakarta)

By Assa Saputri

Abstract

The development of the Shopee marketplace to become the number one marketplace globally has experienced ups and downs in its business competition. This study aims to determine the effect of reputation, EWOM and brand trust on purchase intention at the shopee marketplace in the DKI Jakarta area. This study used a quantitative descriptive analysis method, which then obtained data from distributing questionnaires using a non-probability sampling method with purposive sampling. So that the sample used was 143 marketplace marketplace users domiciled in DKI Jakarta. Data analysis used is descriptive and inferential data analysis techniques using Partial Least Square (PLS) with SmartPLS 3.2.9 software. The results of this study indicate that reputation has an influence on purchase intention of 0.429, EWOM has an influence on purchase intention of 0.601, brand trust has an influence on purchase intention of -0.145.

Keywords: Purchase Intention, Reputation, EWOM, Brand Trust, Marketplace

Minat Beli Pada *Marketplace* Shopee (Studi Pada DKI Jakarta)

Oleh Assa Saputri

Abstrak

Perkembangan *marketplace* shopee menjadi *marketplace* nomor satu secara global mengalami naik turun dalam persaingan bisnisnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh reputasi, EWOM dan kepercayaan merek terhadap minat beli pada *marketplace* shopee di wilayah DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif yang kemudian data diperoleh dari penyebaran kuesioner menggunakan metode *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Sehingga sampel yang digunakan sebanyak 143 pengguna *marketplace* shopee yang berdomisili di DKI Jakarta. Analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data deskriptif dan inferensial menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan *software SmartPLS 3.2.9*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi memiliki pengaruh sebesar 0,429, EWOM memiliki pengaruh sebesar 0,601, dan kepercayaan merek memiliki pengaruh sebesar -0,145 terhadap minat beli. Adapun secara bersama-sama kontribusi reputasi, EWOM, dan kepercayaan merek sebesar 76,60% sedangkan sisanya sebesar 24,40% disebabkan oleh faktor lain.

Kata kunci : Minat Beli, Reputasi, EWOM, Kepercayaan Merek, Marketplace



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Selasa, tanggal 27 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Assa Saputri

No.Pokok Mahasiswa : 1910111039

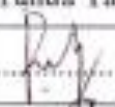
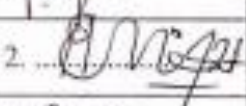

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Minat Beli Pada Marketplace Shopee (Studi Pada DKI Jakarta)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Pengui

| No | Dosen Penguji | Jabatan | Tanda Tangan |
|----|-------------------------------------|-----------------|---|
| 1 | Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP | Ketua | 1.  |
| 2 | Dra. Heni Nastiti, MM | Anggota I | 2.  |
| 3 | Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM, CPM | Anggota II (**) | 3.  |

Keterangan :

*) Cocok yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 27 Desember 2022

Mengosahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1


Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, melalui nikmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Minat Beli Pada *Marketplace* Shopee (Studi Pada DKI Jakarta)” tanpa adanya kendala berarti.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Ariefiara, C.A, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana. Penulis juga berterima kasih kepada Ibu Rosali Sembiring Colia, SE, MM selaku dosen pembimbing akademik, Ibu Dr. Miguna Astuti, S.Si., MM, MOS., CPM selaku dosen pembimbing skripsi serta Ibu Heni Nastiti, Dra., MM dan Bapak Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM., CFMP selaku penguji yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat bagi keberlanjutan penulisan skripsi dan kegiatan akademik penulis.

Di samping itu, penulis juga berterimakasih kepada Almarhum Bapak Sain Saputra dan Ibu Asmaroh selaku orang tua, serta Wahid Qomaddin Sobry dan Khairul Anwar selaku kakak dari penulis. Penulis juga berterima kasih kepada Muhammad Ibrahim Al-Fath selaku *partner* yang selalu memberikan semangat dari awal perkuliahan hingga dalam menyelesaikan penulisan ini, dan teman-teman saya Nabillatuz Zahra Syani, Syahda Dhiatami, Aida Faradilla Kamal, dan Sarah Qonita Luthfia serta rekan-rekan mahasiswa S1 manajemen yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang berkat doa, dukungan, saran, hingga pandangan sebagai bahan berdiskusi telah membantu penulis selama proses perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis mohon maaf atas segala kekeliruan yang sangat mungkin terjadi pada penulisan skripsi ini dan siap untuk menerima segala kritik dan saran yang membangun agar bisa menjadi pembelajaran bagi penulis untuk berkembang lebih baik lagi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan seluruh pembaca.

Jakarta, 9 Desember 2022

Assa Saputri

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| 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 |
| I.1. Latar Belakang..... | 1 |
| I.2. Perumusan Masalah..... | 7 |
| I.3. Tujuan Penelitian..... | 7 |
| I.4. Manfaat Hasil Penelitian | 7 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| II.1. Landasan Teori | 9 |
| II.1.1. Manajemen Pemasaran | 9 |
| II.1.2. Perilaku Konsumen | 10 |
| II.1.3. Minat Beli..... | 11 |
| II.1.4. Reputasi | 12 |
| II.1.5. Electronic Word of Mouth (E-WOM) | 13 |
| II.1.6. Kepercayaan Merek | 15 |

| | | |
|--|--|-----------|
| II.2. | Hasil Penelitian Sebelumnya | 16 |
| II.3. | Model Penelitian Empirik | 21 |
| II.3.1. | Pengaruh Reputasi Terhadap Minat Beli | 21 |
| II.3.2. | Pengaruh E-WOM Terhadap Minat Beli | 21 |
| II.3.3. | Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli | 21 |
| II.4. | Hipotesis | 22 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 23 |
| III.1. | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 23 |
| III.1.1. | Definisi Operasional | 23 |
| III.1.2. | Pengukuran Variabel..... | 24 |
| III.2. | Penentuan Populasi dan Sampel..... | 25 |
| III.2.1. | Populasi | 25 |
| III.2.2. | Sampel | 26 |
| III.3. | Teknik Pengumpulan Data..... | 28 |
| III.3.1. | Jenis Data | 28 |
| III.3.2. | Sumber Data..... | 28 |
| III.3.3. | Pengumpulan Data | 28 |
| III.4. | Teknik Analisis Data | 30 |
| III.4.1. | Analisis Deskriptif | 30 |
| III.4.2. | Analisis Inferensial..... | 30 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 39 |
| IV.1 | Deskripsi Objek Penelitian Hasil | 39 |
| IV.2 | Deskripsi Data Penelitian | 41 |
| VI.3 | Uji Hipotesis dan Analisis..... | 46 |
| IV.3.1 | Analisis Data Deskripsi | 46 |
| IV.3.2 | Analisis Data Inferensial | 51 |
| IV.4 | Pembahasan..... | 60 |
| IV.4.1 | Pengaruh Reputasi terhadap Minat Beli..... | 61 |
| IV.4.1 | Pengaruh EWOM terhadap Minat Beli | 61 |

| | | |
|--------------|--|-----------|
| IV.4.1 | Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli | 62 |
| IV.5 | Keterbatasan Penelitian | 64 |
| BAB V | SIMPULAN DAN SARAN | 65 |
| V.1 | Simpulan..... | 65 |
| V.2 | Saran..... | 65 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 67 |
| | RIWAYAT HIDUP | 77 |
| | LAMPIRAN | 78 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|----------|---|----|
| Tabel 1. | Daftar Pengunjung Web Marketplace Bulanan di Indonesia..... | 2 |
| Tabel 2. | Data hasil survey marketplace terpopuler Jakpat tahun 2021..... | 6 |
| Tabel 3 | Matriks Penelitian Sebelumnya..... | 19 |
| Tabel 4 | Pengukuran Variabel Penelitian..... | 25 |
| Tabel 5 | Skala Likert..... | 29 |
| Tabel 6 | Butir Pernyataan Dalam Kuesioner..... | 29 |
| Tabel 7 | MV Descriptive..... | 46 |
| Tabel 8 | Nilai Loading Factor Outer Model Variabel Minat Beli (Y)..... | 48 |
| Tabel 9 | Nilai Loading Factor Outer Model Variabel Reputasi (X1)..... | 49 |
| Tabel 10 | Nilai Loading Factor Outer Model Variabel EWOM (X2)..... | 50 |
| Tabel 11 | Nilai Loading Factor Outer Model Variabel Kepercayaan Merek (X3) .. | 50 |
| Tabel 12 | Nilai Loading Factor Outer Model..... | 53 |
| Tabel 13 | Nilai Avarage Variance Extracted (AVE)..... | 54 |
| Tabel 14 | Nilai Cross Loading..... | 55 |
| Tabel 15 | Nilai Composite Reliability..... | 56 |
| Tabel 16 | Nilai Cronbach's Alpha..... | 57 |
| Tabel 17 | Nilai R Square..... | 57 |
| Tabel 18 | Nilai Q Square..... | 58 |
| Tabel 19 | Hasil Uji t-Statistik..... | 59 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-----------|--|----|
| Gambar 1 | Data situs marketplace dengan engagement sosial tertinggi di media sosial (Kuartal I 2022) | 4 |
| Gambar 2 | Komentar Negatif Shopee pada AppStore tahun 2022 | 5 |
| Gambar 3 | Model Penelitian Empirik | 22 |
| Gambar 4 | Penentuan Sampel | 27 |
| Gambar 5 | Langkah Analisis PLS | 31 |
| Gambar 6 | Diagram Inner Model | 32 |
| Gambar 7 | Diagram Outer Model | 33 |
| Gambar 8 | Model Diagram PLS | 34 |
| Gambar 9 | Logo Shopee | 39 |
| Gambar 10 | Jenis Kelamin Responden | 41 |
| Gambar 11 | Domisili Responden | 42 |
| Gambar 12 | Usia Responden | 43 |
| Gambar 13 | Pekerjaan Responden | 44 |
| Gambar 14 | Pendapatan Responden | 45 |
| Gambar 15 | Hasil Outer Model SmartPLS 3.2.9 | 52 |
| Gambar 16 | Model Struktural (Inner Model) | 60 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|------------|---------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 | Penelitian Terdahulu | 78 |
| Lampiran 2 | Kuesioner Penelitian | 78 |
| Lampiran 3 | Data Jawaban Responden..... | 78 |
| Lampiran 4 | Karakteristik Data Responden..... | 102 |
| Lampiran 5 | Hasil Deskripsi Data Penelitian | 104 |
| Lampiran 6 | Output Outer Model Penelitian | 107 |
| Lampiran 7 | Output Inner Model Penelitian..... | 108 |
| Lampiran 8 | Bukti Sebar Kuesioner | 109 |
| Lampiran 9 | Hasil Turnitin | 111 |