



**KEPUTUSAN PEMBELIAN *E-COMMERCE* SHOPEE PADA
GENERASI MILENIAL DI KECAMATAN JOHAR BARU**

SKRIPSI

ALIA ENKA NADITA PUTRI 1610111142

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



**KEPUTUSAN PEMBELIAN *E-COMMERCE* SHOPEE PADA
GENERASI MILENIAL DI KECAMATAN JOHAR BARU**

SKRIPSI

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

ALIA ENKA NADITA PUTRI 1610111142

**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 member yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Alia Engka Nadita Putri

NIM : 1610111142

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

Jakarta, 05 Februari 2021

Yang menyatakan,



Alia Engka Nadita Putri

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Alia Engka Nadita Putri
NIM : 1610111142
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : SI 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 Fee Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

**KEPUTUSAN PEMBELIAN E-COMMERCE SHOPEE PADA GENERASI
MILENIAL DI KECAMATAN JOHAR BARU**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkatan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilih hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 05 Februari 2021



(Alia Engka Nadita Putri)

SKRIPSI

KEPUTUSAN PEMBELIAN *E-COMMERCE* SHOPEE PADA GENERASI MILENIAL DI KECAMATAN JOHAR BARU

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ALIA ENGKA NADITA PUTRI 1610111142

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 5 Januari 2021
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Alfatih S Mangabarani., SE., M.Si

Ketua Penguji



Dra. Heni Nastiti., MM

Penguji 1



Tati Handayani., SE., MM

Penguji 2



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, CSRS

Dekan



Wahyudi., SE., MM

Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 5 Februari 2021

DECISION OF PURCHASE OF SHOPEE E-COMMERCE ON GENERATION MILLENIAL IN JOHAR BARU SUB-DISTRICT

By Alia Engka Nadita Putri

Abstract

This research is a quantitative study that aims to determine the effect of price, promotion, and EWOM on purchasing decisions at Shopee's e-commerce. This study uses the millennial generation of Shopee users in Johar Baru District as a sample. Samples taken were 75 respondents with the side probability method. Data collection was carried out by distributing questionnaires. The data analysis technique used is descriptive analysis and inferential analysis with the analytical tool used is PLS (Partial Least Square) with a significant level of 5%. The results showed that Price has a correlation value of 0.786, Promotion correlation value of 0.156, and EWOM correlation value -0.104. From the analysis of the coefficient of determination, it can be explained that Price, Promotion, and EWOM affect Purchasing Decisions in Shopee e-commerce for the Millennial Generation in Johar Baru District by 68.5%, while the remaining 31.5% is influenced by other variables outside of this study.

Keyword: *Purchasing Decision, Price, Promotion, Electronic Word of Mouth, Partial least Square.*

KEPUTUSAN PEMBELIAN *E-COMMERCE* SHOPEE PADA GENERASI MILENIAL DI KECAMATAN JOHAR BARU

Oleh Alia Engka Nadita Putri

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan EWOM terhadap keputusan pembelian di ecommerce Shopee. Penelitian ini menggunakan generasi milenial pengguna Shopee di Kecamatan Johar Baru sebagai sampel. Sampel yang diambil sebanyak 75 responden dengan metode *probability sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial dengan alat analisis yang digunakan adalah PLS (*Partial Least Square*) dengan signifikansi 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga memiliki nilai korelasi sebesar 0,786, nilai korelasi Promosi 0,156, dan nilai korelasi EWOM -0,104. Dari analisis koefisien determinasi dapat dijelaskan bahwa Harga, Promosi, dan EWOM memengaruhi Keputusan Pembelian di *e-commerce* Shopee pada Generasi Milenial di Kecamatan Johar Baru sebesar 68,5%, sedangkan sisanya 31,5% dipengaruhi oleh variable lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Harga, Promosi, Pemasaran dari Mulut ke Mulut

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah S.W.T atas segala rahmat karunia-Nya sehingga sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Oktober 2020 sampai dengan Januari 2021 dengan judul “Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee pada Generasi Milenial di Kecamatan Johar Baru”. Maka penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, dan Bapak Wahyudi, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Kemudian penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Tati Handayani, SE, MM. dan Ibu Drs. Pusporini, MM selaku dosen pembimbing dan juga kepada Ibu Dr. Alfatih S. Mangabariani., SE. M.Si dan Ibu Dra. Heni Nastiti, M.M. selaku dosen penguji. Di samping itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Bapak Tahang dan Ibu Hasna selaku kedua orangtua saya yang tercinta, Muhammad Ilham Palakka selaku kakak kandung, serta seluruh keluarga yang memberikan do’a terbaik dan dukungan penuh dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis juga ucapkan terimakasih kepada Reza Jiwantara yang selalu sabar mendengarkan segala keluh kesah, memberikan semangat serta do’a yang terbaik kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada semua sahabat saya yang selalu mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini baik dalam do’a maupun dorongan semangat serta seluruh teman-teman perskripsian dan S1 Manajemen 2016 yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat penulis. Kritik dan saran peneliti harapkan dan semoga penelitian ini dapat bermanfaat.

Jakarta, 5 Februari 2021

Alia Engka Nadita Putri

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | iii |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI | iv |
| PENGESAHAN | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| ABSTRAK | vii |
| PRAKATA..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| I.1 Latar Belakang | 1 |
| I.2 Rumusan Masalah | 5 |
| I.3 Tujuan Penelitian..... | 5 |
| I.4 Manfaato Penelitian..... | 5 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| II.1 Hasil Penelitian Terdahulu | 7 |
| II.2 Tinjauan Pustaka | 10 |
| II.2.1 Pemasaran..... | 11 |
| II.2.2 Konsep Inti Pemasaran..... | 11 |
| II.2.3 <i>E-Commerce</i> | 12 |
| II.2.4 Keputusan Pembelian | 15 |
| II.2.5 Harga | 17 |
| II.2.6 Promosi..... | 20 |
| II.2.7 e-WOM..... | 22 |
| II.2.8 Harga terhadap Keputusan Pembelian | 26 |
| II.2.9 Promosi terhadap Keputusan Pembelian..... | 26 |
| II.2.10 e-WOM terhadap Keputusan Pembelian..... | 27 |
| II.3 Model Penelitian Empirik | 27 |
| II.4 Hipotesis..... | 28 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | 29 |
| III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran variabel | 29 |
| III.1.1 Definisi Operasional..... | 29 |
| III.1.2 Pengukuran Variabel | 29 |
| III. 2 Penentuan Populasi dan Sample..... | 30 |
| III.2.1 Populasi | 30 |
| III.2.2 Sampel..... | 30 |
| III.3.1 Jenis Data | 31 |
| III.3.2 Sumber Data | 32 |
| III.3.3 Pengumpulan Data | 32 |
| III.4 Teknik Analisis Data..... | 33 |

| | | |
|---------------|---|-----------|
| III.4.1 | Teknik Analisis | 33 |
| III.4.2 | Analisis Deskriptif..... | 33 |
| III.4.3 | Analisis Inferensial..... | 34 |
| III.4.4 | Uji Hipotesis..... | 41 |
| BAB IV | HASIL DAN PEMBAHASAN | 43 |
| IV.1 | Deskripsi Objek Penelitian..... | 43 |
| IV.2 | Deskripsi Penelitian..... | 44 |
| IV.2.1 | Data Deskripsi Responden | 44 |
| IV.2.2 | Analisis Data Deskriptif..... | 48 |
| IV.2.3 | Analisis Inferensial..... | 51 |
| IV.3 | Pembahasan..... | 58 |
| IV.3.1 | Pengaruh Harga-Harga Produk Yang Ditawarkan <i>E-commerce</i> Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial di Kecamatan Johar Baru | 58 |
| IV.3.2 | Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian <i>E-Commerce</i> Shopee pada Generasi Milenial di Kecamatan Johar Baru | 60 |
| IV.3.3 | Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian <i>E-commerce</i> Shopee pada Generasi Milenial di Kecamatan Johar Baru | 61 |
| BAB V | SIMPULAN DAN SARAN | 63 |
| V.1 | Simpulan..... | 63 |
| V.2 | Keterbatasan Penelitian..... | 63 |
| | DAFTAR PUSTAKA..... | 66 |
| | RIWAYAT HIDUP | |
| | LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----------|--|----|
| Tabel 1. | Peringkat 25 Negara Teratas Pengguna Internet Tahun 2013-2018..... | 2 |
| Tabel 2. | Persaingan <i>E-Commerce</i> di Indonesia..... | 3 |
| Tabel 3. | Matriks Penelitian Terdahulu..... | 10 |
| Tabel 4. | Pengukuran Variabel..... | 30 |
| Tabel 5. | Bobot Penilaian Menggunakan Skala Likert..... | 32 |
| Tabel 6. | Kisi-Kisi Instrument Penelitina..... | 33 |
| Tabel 7. | Peringkat Jawaban Kuesioner..... | 34 |
| Tabel 8. | Karakteristik Responden Berdasarkan Letak Kelurahan di Kecamatan Johar Baru..... | 44 |
| Tabel 9. | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 45 |
| Tabel 10. | Karakteristik Responden Berdasarkan Umur..... | 45 |
| Tabel 11. | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 45 |
| Tabel 12. | Karakteristik Responden Menurut Penghasilan..... | 46 |
| Tabel 13. | Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah/Tidaknya Melakukan Pembelian Pada <i>E-Commerce</i> Shopee..... | 46 |
| Tabel 14. | Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Melakukan Pembelian Menggunakan <i>E-Commerce</i> Shopee Dalam 3 Bulan Terakhir..... | 47 |
| Tabel 15. | Interpretasi Nilai Indeks Jawaban Responden..... | 48 |
| Tabel 16. | Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian..... | 48 |
| Tabel 17. | Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga..... | 49 |
| Tabel 18. | Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Promosi..... | 50 |
| Tabel 19. | Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel E-WOM..... | 50 |
| Tabel 20. | Uji Validitas Konvergen Melalui Nilai <i>Outer Loadings</i> | 53 |
| Tabel 21. | <i>Fornell-Lacker Criterium</i> | 54 |
| Tabel 22. | <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 54 |
| Tabel 23. | <i>Composite Reliability (CR)</i> | 55 |
| Tabel 24. | <i>Cronbach Alpha</i> | 55 |
| Tabel 25. | <i>RSquare Adjusted</i> | 55 |
| Tabel 26. | Hasil Uji Hipotesis..... | 56 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. Model Penelitian Empirik | 27 |
| Gambar 2. Langkah-langkah Pengaplikasian PLS..... | 35 |
| Gambar 3. Konstruk Awal | 35 |
| Gambar 4. Konstruk Reflektif Variabel Keputusan Pembelian | 36 |
| Gambar 5. Konstruk Reflektif Variabel Harga | 36 |
| Gambar 6. Konstruk Reflektif Variabel Promosi..... | 37 |
| Gambar 7. Konstruk Reflektif Variabel e-WOM..... | 37 |
| Gambar 8. Diagram Jalur Penelitian | 37 |
| Gambar 9. <i>Outer Model</i> | 52 |
| Gambar 10. Diagram Jalur Hasil Uji Hipotesis | 58 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner 75 Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 7. Hasil Analisis Inferensial