



**KEPUTUSAN PEMBELIAN *E-COMMERCE* TOKOPEDIA
PADA GENERASI Z DI KOTA DEPOK**

SKRIPSI

SARAH ANISSA PUTRI LESTARI 1610111199

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2020**



**KEPUTUSAN PEMBELIAN *E-COMMERCE* TOKOPEDIA
PADA GENERASI Z DI KOTA DEPOK**

SKRIPSI

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

SARAH ANISSA PUTRI LESTARI 1610111199

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2020**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Sarah Anissa Putri Lestari

NIM : 1610111199

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

Jakarta, 17 Juni 2020

Yang menyatakan,



Sarah Anissa Putri Lestari

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS**

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

Nama : Sarah Anissa Putri Lestari
NIM : 1610111199
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 Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Keputusan Pembelian *E-commerce* Tokopedia Pada Generasi Z
Di Kota Depok**

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 : 20 Juni 2020

Yang menyatakan,



Sarah Anissa Putri Lestari

SKRIPSI

KEPUTUSAN PEMBELIAN E-COMMERCE TOKOPEDIA PADA GENERASI Z DI KOTA DEPOK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SARAH ANISSA PUTRI LESTARI 1610111199

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 30 Juni 2020
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., MOS., CPM
Ketua Penguji



MB. Nani Ariani, SE, MM
Penguji I



Dra. Bernadin Dwi M, M.M
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Desmintari, S.E., M.M
Ketua Jurusan Manajemen



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

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 30 Juni 2020

PURCHASING DECISION OF TOKOPEDIA E-COMMERCE ON GENERATION Z IN DEPOK CITY

By

Sarah Anissa Putri Lestari

Abstract

This study uses a quantitative descriptive method which was carried out on Generation Z users of Tokopedia in Depok City. Tokopedia is an e-commerce company (electronic commerce) type of marketplace from Indonesia which was officially launched to the public on August 17, 2009 and Generation Z are people born in 1995-2010. The purpose of this research is to find out and analyze whether the promotion, price, and quality of service affect the decision to buy Tokopedia e-commerce in generation Z in Depok City. Samples taken were 96 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). The results showed that (1) Promotion has no effect on purchasing decisions. (2) Price has an influence on purchasing decisions. (3) Service quality has an influence on purchasing decisions. The result of R-Square purchasing decision is 0.762, indicating a very strong research model and means that promotion, price, and service quality together have a real contribution to the purchase decision Tokopedia e-commerce is 76.2%.

Keyword: Price, Purchasing Decision, Service Quality, Promotion.

KEPUTUSAN PEMBELIAN *E-COMMERCE* TOKOPEDIA PADA GENERASI Z DI KOTA DEPOK

Oleh

Sarah Anissa Putri Lestari

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang dilakukan pada generasi Z pengguna Tokopedia di Kota Depok. Tokopedia merupakan perusahaan *e-commerce* (*electronic commerce*) jenis *marketplace* asal Indonesia yang diluncurkan ke *public* secara resmi pada 17 Agustus tahun 2009 dan Generasi Z adalah orang-orang yang lahir pada tahun 1995 – 2010. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis apakah promosi, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *e-commerce* Tokopedia pada generasi Z di Kota Depok. Sampel yang diambil sebanyak 96 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*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (2) Harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. (3) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil *R-Square* keputusan pembelian adalah 0.762 menandakan model penelitian sangat kuat dan mengartikan bahwa promosi, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki kontribusi nyata terhadap keputusan pembelian *e-commerce* Tokopedia sebesar 76.2%.

Kata kunci: Harga, Keputusan Pembelian, Kualitas Pelayanan, Promosi.



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.upnvi.ac.id, e-mail : febuonvi@upnvi.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2019/2020

Hari Senin, 06 Juli 2020, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Sarah Anissa Putri Lestari

NIM : 1610111199

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut : Keputusan Pembelian *E-commerce*
Tokopedia Pada Generasi Z

Di Kota Depok

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus*

Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Miguna Astuti, S.Si, M.M., MOS., CPM	Ketua	
2	MB. Nani Ariani, SE, MM	Anggota I	
3	Dra. Bernadin Dwi M, MM	Anggota II **)	

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 24 Juli 2020

Mengesahkan

A.n. Dekan

Kepala Program Studi Manajemen
Program Sarjana

Wahyudi, SE, MM

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala karunia, rahmat serta hidayah-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan dengan judul **“Keputusan Pembelian *E-commerce* Tokopedia Pada Generasi Z Di Kota Depok”**. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., Ca., CPRS selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Dr. Desmintari, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen S1, serta Bapak Wahyudi, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dra. Bernadin Dwi M, MM dan Ibu Tati Handayani, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat, serta ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bimbingan akademik bagi penulis selama penelitian.

Di samping itu, terima kasih Penulis sampaikan kepada Bapak Jacob dan Ibu Roosnelly selaku orang tua dan keluarga lainnya. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada sahabat serta teman yang telah memberikan semangat, dukungan, waktu, dan doa kepada penulis. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi.

Jakarta, 17 Juni 2020



Sarah Anissa Putri Lestari

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Rumusan Masalah	5
I.3. Tujuan Penelitian	6
I.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
II.1. Tinjauan Pustaka	8
II.1.1. Pemasaran	8
II.1.2. Keputusan Pembelian	9
II.1.2.1. Faktor-faktor Utama Penentu Keputusan Pembelian	9
II.1.2.2. Peran Konsumen Dalam Keputusan Pembelian	10
II.1.2.3. Proses Keputusan Pembelian	11
II.1.2.4. Dimensi Keputusan Pembelian	13
II.1.3. Promosi	13
II.1.3.1. Tugas Promosi	14
II.1.3.2. Tujuan Promosi	15

II.1.3.3. Dimensi Promosi	17
II.1.4. Harga.....	19
II.1.4.1. Strategi Penetapan Harga	19
II.1.4.2. Tujuan Penetapan Harga	21
II.1.4.3. Dimensi Harga.....	22
II.1.5. Kualitas Pelayanan	23
II.1.5.1. Karakteristik Jasa.....	23
II.1.5.2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	25
II.1.5.3. Indikator Kualitas Pelayanan	25
II.1.6 Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	26
II.1.7 Harga Terhadap Keputusan Pembelian	27
II.1.8 Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	28
II.2. Model Penelitian Empirik.	29
II.3. Hipotesis.	29
BAB III METODE PENELITIAN.	31
III.1. Definisi Operasional dan Variabel	31
III.1.1. Definisi Operasional.....	31
III.1.2. Pengukuran Variabel	31
III.2. Populasi dan Sampel	33
III.2.1. Populasi	33
III.2.2. Sampel	33
III.3. Teknik Pengumpulan Data	35
III.3.1. Jenis Data.....	35
III.3.2. Sumber Data.....	36
III.3.3. Pengumpulan Data	36
III.4. Teknik Analisis Data	37
III.4.1. Analisis Deskriptif.....	37
III.4.2. Analisis Inferensial.....	38
III.4.2.1 Langkah Analisis Data Dengan <i>Partial Least Square</i> (PLS)	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
IV.1. Hasil Penelitian.....	48
IV.1.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	48
IV.1.2. Deskripsi Subyek Penelitian.....	51
IV.1.3. Deskripsi Data Responden.....	51
IV.1.4. Analisis Data Deskriptif.....	57
IV.1.5 Analisis Inferensial.....	63
IV.2. Pembahasan.....	77
IV.2.1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian E-commerce Tokopedia Pada Generasi Z Di Kota Depok.....	77
IV.2.2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian E-commerce Tokopedia Pada Generasi Z Di Kota Depok.....	79
IV.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian E-commerce Tokopedia Pada Generasi Z Di Kota Depok.....	80
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	 83
V.1. Simpulan.....	83
V.2. Keterbatasan Penelitian.....	83
V.3. Saran.....	83
 DAFTAR PUSTAKA	 86
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pengukuran Variabel	32
Tabel 2. Jumlah Penduduk Usia 17-25 Tahun per Kecamatan di Kota Wilayah Kota Depok	34
Tabel 3. Jumlah Sampel per Kecamatan	35
Tabel 4. Bobot Penelitian Berdasarkan Skala Likert	36
Tabel 5. Kisi-kisi Instrumen	36
Tabel 6. Insterpretasi Nilai Persentase Responden.....	38
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Letak Kecamatan Di Wilayah Kota Depok	52
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 11. Karakteristk Responden Berdasarkan Pengeluaran Yang Digunakan Untuk Belanja <i>Online</i> Setiap Bulan	55
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Melakukan Pembelian Menggunakan <i>E-commerce</i> Tokopedia Dalam 3 Bulan Terakhir.....	56
Tabel 13. Interpretasi Nilai <i>Loading Factor</i>	57
Tabel 14. Nilai <i>Loading Factor</i> Keputusan Pembelian	58
Tabel 15. Nilai <i>Loading Factor</i> Promosi	59
Tabel 16. Nilai <i>Loading Factor</i> Harga	60
Tabel 17. Nilai <i>Loading Factor</i> Kualitas Pelayanan	62
Tabel 18. Uji Validitas Konvergen Melalui Nilai <i>Outer Loadings</i>	67
Tabel 19. Uji Validitas Diskriminan Melalui <i>Cross Loading</i>	69
Tabel 20. Uji Validitas Diskriminan Melalui AVE	71
Tabel 21. Nilai <i>Outer VIF</i> Dari Variabel Kualitas Pelayanan	72
Tabel 22. <i>Convergent Validity</i> Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	73
Tabel 23. Nilai <i>Outer Weight</i> Pada Variabel Kualitas Pelayanan	74
Tabel 24. R-Square	75
Tabel 25. Hasil Uji Hipotesis	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Sepuluh Negara Dengan Pertumbuhan <i>E-commerce</i> Tercepat	2
Gambar 2. <i>Platform E-Commerce</i> Yang Digunakan Generasi Z Di Kota Depok.	3
Gambar 3. Alasan Generasi Z Melakukan Pembelian Di <i>E-commerce</i>	4
Gambar 4. Model Penelitian Empirik	29
Gambar 5. Alur Analisis Data Menggunakan PLS	39
Gambar 6. Konstruk Awal.....	40
Gambar 7. Konstruk Reflektif Variabel Keputusan Pembelian	41
Gambar 8. Konstruk Reflektif Variabel Promosi	41
Gambar 9. Konstruk Refelktif Variabel Harga.....	41
Gambar 10. Konstruk Formatif Variabel Kualitas Pelayanan.....	42
Gambar 11. Diagram Jalur PLS.....	42
Gambar 12. Logo Tokopedia.....	48
Gambar 13. Gambaran Awal Diagram Jalur PLS	63
Gambar 14. Diagram Jalur Beserta Indikator Yang Bersesuaian	65
Gambar 15. Diagram Jalur Hasil <i>Calculate</i>	66
Gambar 16. Diagram Jalur Hasil Hipotesis.....	77

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Matriks Penelitian
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner 96 Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 7. Hasil Analisis Inferensial
- Lampiran 8. T tabel