



KEPUTUSAN PEMBELIAN *E COMMERCE* SHOPEE

SKRIPSI

DYNANDA AMELYEA CANTIKA PUTRI 1610111174

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



KEPUTUSAN PEMBELIAN *E COMMERCE* SHOPEE

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

DYNANDA AMELYEA CANTIKA PUTRI 1610111174

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

Nama : Dynanda Amelyea Cantika Putri

NIM : 1610111174

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

Jakarta, 31 Juli 2020

Yang menyatakan,



Dynanda Amelyea Cantika Putri

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Dynanda Amelyea Cantika Putri
NIM : 1610111174
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:

Keputusan Pembelian E Commerce Shopee

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), 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 : 31 Juli 2020

Yang menyatakan,



Dynanda Amelyea Cantika Putri

SKRIPSI

KEPUTUSAN PEMBELIAN *E COMMERCE SHOPEE*

Dipersiapkan dan disusun oleh:

DYNANDA AMELYEA CANTIKA PUTRI 1610111174

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 03 Juli 2020
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Diana Triwardhani, S.E., M.M.

Ketua Penguji



Lina Ariyani, S.E., M.M.

Penguji I



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

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 : 03 Juli 202

E COMMERCE SHOPEE BUYING DECISIONS

By Dynanda Amelyea Cantika Putri

Abstract

This research aims to analyse and find out whether there is an influence between sales promotion, word of mouth, and e service quality toward consumer buying decisions. The method that used in this research is descriptive quantitative with 100 respondents of e commerce Shopee consumer which is spread in Jakarta Selatan. The data analysis system used is through questionnaire with descriptive and inferential analysis techniques using Smart PLS 3.2. Results of this research showed that sales promotion and e service quality are positively influence consumer buying decisions. In contrast, word of mouth has no influence toward consumer buying decisions.

Keywords: Buying decisions, E commerce, E service quality, Sales promotion, Word of mouth

KEPUTUSAN PEMBELIAN *E COMMERCE* SHOPEE

Oleh Dynanda Amelyea Cantika Putri

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh promosi penjualan, *word of mouth*, dan *e service quality* terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif dengan 100 responden konsumen *e commerce* Shopee yang tersebar di Jakarta Selatan. Teknik analisis data diambil melalui kuesioner dengan teknik analisis data deskriptif dan inferensial menggunakan Smart PLS 3.2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi penjualan dan *e service quality* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *E commerce*, *E service quality*, Keputusan pembelian, Promosi penjualan, *Word of mouth*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Januari sampai dengan April 2020 dengan judul “Keputusan Pembelian *E commerce* Shopee”. 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. Penulis juga berterima kasih kepada ibu Dr. Miguna Astuti S.Si., M.M., MOS., CPM., dan bapak Drs. Syarif Ali, M.Si., CHRP., selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat.

Selain itu, ucapan terima kasih pun penulis sampaikan kepada orang tua yaitu bunda dan ayah, serta adik yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis sehingga penulis bisa sampai di titik ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada teman-teman yang dengan sabar mendengarkan segala keluh kesah penulis dan membantu dalam penulisan usulan penelitian ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat.

Jakarta, 25 Juni 2020

Dynanda Amelyea Cantika Putri

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	 16
I.1 Latar Belakang.....	16
I.2 Rumusan Masalah	19
I.3 Tujuan Penelitian	19
I.4 Manfaat Penelitian	19
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 21
II.1 Tinjauan Pustaka	21
II.1.1 Pemasaran	21
II.1.2 Manajemen Pemasaran	22
II.1.3 Perilaku Konsumen	22
II.1.4 Keputusan Pembelian	25
II.1.5 Promosi	27
II.1.6 Promosi Penjualan	29
II.1.7 <i>Word of mouth</i>	31
II.1.8 <i>E-Service Quality</i>	33
II.1.9 Promosi Penjualan dan Keputusan Pembelian	35
II.1.10 <i>Word of mouth</i> dan Keputusan Pembelian	35
II.1.11 <i>E-Service Quality</i> dan Keputusan Pembelian	36
II.2 Model Penelitian Empirik	36
II.3 Hipotesis	37
 BAB III METODE PENELITIAN	 38
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
III.1.1 Definisi Operasional	38
III.1.2 Pengukuran Variabel	38
III.2 Populasi dan Sampel	39
III.2.1 Populasi	39
III.2.2 Sampel	39
III.3 Teknik Pengumpulan Data	41
III.3.1 Jenis Data	41
III.3.2 Sumber Data	41

III.3.3	Pengumpulan Data	42
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	43
III.4.1	Teknik Analisis Data	43
III.4.1.1	Statistik Deskriptif	43
III.4.1.2	Statistik Inferensial	44
III.4.2	Uji Hipotesis	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		50
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian	50
IV.2	Deskripsi Data.....	52
IV.2.1	Deskripsi Data Responden.....	52
IV.3	Teknik Analisis Data.....	55
IV.3.1	Analisis Data Deskriptif	55
IV.3.2	Analisis Data Inferensial	60
IV.3.2.1	Uji Validitas.....	60
IV.3.2.2	Uji Reliabilitas	63
IV.3.2.3	Uji R Square	63
IV.3.2.4	Uji Hipotesis	64
IV.4	Pembahasan	65
IV.4.1	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian	65
IV.4.2	Pengaruh <i>Word of mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
IV.4.3	Pengaruh <i>E service quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		69
V.1	Simpulan.....	69
V.2	Keterbatasan Penelitian.....	69
V.3	Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....		71
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pengukuran Variabel	39
Tabel 2. Jumlah Penduduk per Kecamatan di Wilayah Jakarta Selatan ...	40
Tabel 3. Jumlah Sampel per Kecamatan	41
Tabel 4. Bobot Penilaian Berdasarkan Skala Likert	42
Tabel 5. Kisi-kisi <i>Instrument</i>	42
Tabel 6. Interpretasi Nilai Indeks	44
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Kecamatan.....	53
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	54
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	54
Tabel 12. Nilai Indeks.....	55
Tabel 13. Nilai Indeks berdasarkan Jawaban Responden atas Variabel Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 14. Nilai Indeks berdasarkan Jawaban Responden atas Variabel Promosi Penjualan	56
Tabel 15. Nilai Indeks berdasarkan Jawaban Responden atas Variabel <i>Word Of Mouth</i>	57
Tabel 16. Nilai Indeks berdasarkan Jawaban Responden atas Variabel <i>E Service Quality</i>	58
Tabel 17. Nilai <i>Outer Loading</i>	60
Tabel 18. Nilai <i>Outer Loading</i> Setelah Re-estimasi	61
Tabel 19. Nilai <i>Average Variance Extrated</i> (AVE)	61
Tabel 20. Nilai Collinearity Statistics (VIF)	62
Tabel 21. Nilai <i>Composite Reliability</i> , <i>Cronbach's Alpha</i> , dan <i>Outer Weights</i>	63
Tabel 22. Nilai <i>R Square</i>	63
Tabel 23. Nilai Uji T Statistik	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Pengguna <i>E commerce</i> di Indonesia.....	16
Gambar 2. Nilai Transaksi <i>E commerce</i> di Indonesia.....	17
Gambar 3. Alasan Konsumen Melakukan Pembelian <i>Online</i>	18
Gambar 4. Model Perilaku Pembeli	22
Gambar 5. Proses Keputusan Konsumen	26
Gambar 6. Model Penelitian Empirik	36
Gambar 7. Langkah-langkah PLS.....	44
Gambar 8. Rancangan <i>Inner Model</i>	45
Gambar 9. Rancangan <i>Outer Model</i> Variabel Keputusan Pembelian	45
Gambar 10. Rancangan <i>Outer Model</i> Variabel Promosi Penjualan	45
Gambar 11. Rancangan <i>Outer Model</i> Variabel <i>Word of mouth</i>	46
Gambar 12. Rancangan <i>Outer Model</i> Variabel <i>E-Service Quality</i>	46
Gambar 13. Diagram Jalur PLS.....	47
Gambar 14. Hasil Uji Hipotesis.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner 100 Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Deskripsi Data Penelitian
- Lampiran 7. Hasil *Output Outer* Model PLS
- Lampiran 8. Hasil *Output Inner* Model PLS
- Lampiran 9. Hasil *Output* Model PLS
- Lampiran 10. R Tabel dan T Tabel
- Lampiran 11. Turnitin