



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA TOKO *ONLINE* SHOPEE**

SKRIPSI

SAFIRA NURIAH 1610111088

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

2020



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA TOKO *ONLINE* SHOPEE**

SKRIPSI

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

SAFIRA NURIAH 1610111088

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PORGRAM 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 : Safira Nuriah

NIM : 1610111088

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

Jakarta, 03 Juli 2020

Yang menyatakan,

A green and yellow Indonesian postage stamp with a value of 1000 Rupiah. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL', '1000', and 'REPUBLIK INDONESIA'. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Safira Nuriah

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Safira Nuriah
NIM : 1610111088
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:

Analisis Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee

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 : 03 Juli 2020

Yang Menyatakan,



Safira Nuriah

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA TOKO *ONLINE* SHOPEE**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SAFIRA NURIAH

1610111088

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada: 03 Juli 2020

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Tati Handayani, SE.MM

Ketua Penguji



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

Penguji I



Suharyati, SE.MM

Penguji II (Pembimbing)



Dr. Desmintari, SE.MM

Ketua Jurusan



Wahyudi, SE.MM

Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 03 Juli 2020

Analysis Purchase Decisions on Online Shop Shopee

By

Safira Nuriah

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the influence of sales promotion, website quality, and trust on purchase decision. The population in this study were consumers who doing purchase decision in Shopee. The sample size was taken as many as 75 respondents, with probability sampling technique with a simple random sampling method. Data collection is done through the distribution of questionnaires. The analysis technique used is the method of PLS (Partial Least Square) analysis with SmartPLS 3.2.9 software. The results of this study indicate that (1) the sales promotion has a significant effect on purchasing decisions, (2) the website quality has a significant effect on purchasing decisions, (3) the trust has a significant effect on the purchasing decisions.

Keyword: Sales Promotion, Website Quality, Trust, and Purchase Decisions

Analisis Keputusan Pembelian Pada Toko *Online* Shopee

Oleh

Safira Nuriah

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan, kualitas *website*, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang melakukan pembelian di Shopee. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 orang responden, dengan teknik pengambilan sampel *probability sampling* dengan metode sampel *simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan *software SmartPLS 3.2.9*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) Kualitas *Website* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Promosi Penjualan, Kualitas *Website*, Kepercayaan, 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.uprvj.ac.id, e-mail : febuprvj@uprvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2019/2020

Hari ini Jumat, tanggal 03 Juli 2020, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Safira Nuriah

NIM : 1610111088

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Analisis Keputusan Pembelian Pada Toko *Online Shopee*

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Tati Handayani, SE. MM	Ketua	1. 
2	Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM, MOS, CPM	Anggota I	2. 
3	Suharyati, SE. MM	Anggota II **)	3. 

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 03 Juli 2020
Mengesahkan
A.n. Dekan
Kaprosdi. Manajemen S.1



Wahyudi., SE,MM

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat serta karunia-Nya sehingga usulan penelitian ini berhasil diselesaikan dengan judul **“Analisis Keputusan Pembelian Pada Toko *Online* Shopee”**. Terimakasih penulis ucapkan kepada Dr. Dian Wicakasih Arieftiara, SE.,Ak.,M.Ak.,CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dan Bapak Wahyudi, S.E., MM selaku Ketua Program Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. kemudian penulis ber terima kasih juga kepada Ibu Suharyati, SE.,M.M selaku dosen pembimbing I dan Bapak Dr. Faisal Marzuki M.,Pd selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan dan saran yang bermanfaat untuk penelitian penulis, serta kepada seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan arahan yang bermanfaat bagi penulis.

Selain itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada orang tua tercinta, serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan doa kepada penulis. Kemudian penulis menyampaikan terima kasih kepada teman-teman yang selalu setia mendukung Arif, Dina, Mita, Sari, Feby, Wulan, dan Karlina serta teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan rasa semangat dan bantuan dalam menyusun penelitian ini. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat.

Jakarta, 03 Juli 2020

Safira Nuriah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR 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 Rumusan Masalah.....	6
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
II.1 Tinjauan Pustaka.....	8
II.1.1 Pemasaran.....	8
II.1.2 E-Marketing	9
II.1.2.1 Tujuan <i>E-Marketing</i>	9
II.1.2.2 Jenis-Jenis E-Marketing	10
II.1.2.3 Tahapan E-Marketing	11
II.1.3 <i>E-Commerce</i>	11
II.1.3.1 Jenis-Jenis <i>E-Commerce</i>	12
II.1.4 Keputusan Pembelian.....	12
II.1.4.1 Proses Keputusan Pembelian.....	13

II.1.4.2	Struktur Keputusan Pembelian	14
II.1.5	Promosi	15
II.1.5.1	Tujuan dan Tugas Promosi.....	16
II.1.5.2	Bauran Promosi	17
II.1.5.3	Promosi Penjualan	17
II.1.5.4	Instrumen Promosi Penjualan.....	18
II.1.6	Kualitas Website	20
II.1.6.1	Indikator Kualitas <i>Website</i>	20
II.1.7	Kepercayaan	21
II.1.7.1	Jenis-Jenis Kepercayaan.....	21
II.1.7.2	Indikator Kepercayaan	22
II.1.8	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
II.1.9	Pengaruh Kualitas <i>Website</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
II.1.10	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
II.2	Model Penelitian Empiris	24
II.3	Hipotesis.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		25
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	25
III.1.1	Definisi Operasional	25
III.1.2	Pengukuran Variabel.....	25
III.2	Metode Penentuan Populasi dan Sampel	27
III.2.1	Populasi	27
III.2.2	Sampel.....	27
III.3	Metode 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 dan Uji Hipotesis.....	29
III.4.1	Teknik Analisis Data.....	29
III.4.1.1	Analisis Deskriptif.....	29
III.4.1.2	Analisis Inferensial	31

III.4.2	Uji Hipotesis	35
III.4.2.1	Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	35
BAB IV PEMBAHASAN		37
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian	37
IV.1.1	Sejarah Shopee	37
IV.2	Deskripsi Data Objek	38
IV.2.1	Deskripsi Data Responden	38
IV.2.2	Analisis Data Deskriptif	41
IV.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	46
IV.3.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	46
IV.3.2	Uji Validitas.....	48
IV.3.2.1	Uji Validitas Konvergen.....	48
IV.3.2.2	Uji Validitas Diskriminan	49
IV.3.3	Uji Reliabilitas	50
IV.3.4	Model Struktural (Inner Model)	51
IV.3.4.1	R Square (R^2).....	51
IV.3.4.2	Q Square.....	52
IV.3.5	Uji Hipotesis	52
IV.3.5.1	Uji t-Statistik	52
IV.4	Pembahasan	54
IV.4.1	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian.....	54
IV.4.2	Pengaruh Kualitas <i>Website</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
IV.4.3	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		58
V.1	Kesimpulan.....	58
V.2	Keterbatasan Penelitian.....	58
V.3	Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA		59
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pengukuran Variabel.....	26
Tabel 2. Skala <i>Likert</i>	28
Tabel 3. Kisi-Kisi Instrumen.....	29
Tabel 4. Peringkat Jawaban Kuesioner.....	30
Tabel 5. Interpretasi Nilai Indeks Responden.....	31
Tabel 6. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	34
Tabel 7. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	38
Tabel 8. Karakteristik Responden Menurut Usia	39
Tabel 9. Karakteristik Responden Menurut Status Pekerjaan	39
Tabel 10. Karakteristik Responden Menurut Penghasilan atau Uang Saku	40
Tabel 11. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi Penjualan ..	41
Tabel 12. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas <i>Website</i>	42
Tabel 13. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan	43
Tabel 14. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 15. <i>Outer Loading Factor</i> Hasil <i>Output</i> PLS.....	48
Tabel 16. <i>Fornell-Lacker Criterium</i>	49
Tabel 17. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	49
Tabel 18. <i>Composite Reliability</i>	50
Tabel 19. <i>Cronbach's Alpha</i>	51
Tabel 20. Nilai R Square	51
Tabel 21. Hasil Uji t-statistik	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pengguna Internet di Indonesia (2004-2018).....	2
Gambar 2. Data Pengguna <i>Online Shop</i> 2019.....	3
Gambar 3. <i>Top Brand</i> Situs Jual Beli <i>Online</i> 2019	3
Gambar 4. <i>Rating</i> Pengguna Shopee	4
Gambar 5. Kerangka Penelitian.....	24
Gambar 6. Langkah-langkah Analisis PLS	32
Gambar 7. Konstruksi Diagram Jalur	33
Gambar 8. Logo Situs Jual Beli <i>Online</i> Shopee	37
Gambar 9. <i>Outer model</i>	47
Gambar 10. <i>Inner Model</i>	54

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2 Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Data Kuesioner 75 Responden
- Lampiran 5 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 Hasil Turnitin