



ANALISIS PURCHASE INTENTION PADA E-COMMERCE
(Studi Kasus pada Pengguna Sociolla di Kalangan Muda)

SKRIPSI

SINDY ADISKA MARTA DINATA

1710111117

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



ANALISIS *PURCHASE INTENTION* PADA *E-COMMERCE*
(Studi Kasus pada Pengguna Sociolla di Kalangan Muda)

SKRIPSI

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

SINDY ADISKA MARTA DINATA 1710111117

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

Nama : Sindy Adiska Marta Dinata

NIM : 1710111117

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

Jakarta, 04 Februari 2021

Yang Menyatakan,



(Sindy Adiska Marta Dinata)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Sindy Adiska Marta Dinata
NIM : 1710111117
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 Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Analisis Purchase Intention Pada E-Commerce (Studi Kasus pada Pengguna Sociolla di Kalangan Muda)

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 (*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 : 04 Februari 2021

Yang menyatakan,



(Sindy Adiska Marta Dinata)

SKRIPSI

ANALISIS *PURCHASE INTENTION* PADA *E-COMMERCE* (Studi Kasus pada Pengguna Sociolla di Kalangan Muda)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SINDY ADISKA MARTA DINATA 1710111117

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 04 Februari 2021
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Yulinar.,SE.,MM
Ketua Penguji



Dra. Pusporini.,MM
Penguji I



Dr. Alfatih S. Mangabarani.,SE.,M.Si
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan



Wahyudi.,SE.,MM
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 04 Februari 2021

ANALYSIS OF PURCHASE INTENTION IN E-COMMERCE

(Case Study On User Sociolla Amongst The Youth)

By Sindy Adiska Marta Dinata

Abstract

This research is a quantitative research that aims to prove whether electronic word of mouth and brand image affect purchase intention in Sociolla e-commerce. The population used in this study are consumers who have already shopped using Sociolla e-commerce. The number of samples taken by the researcher was 58 respondents with non-probability sampling techniques and the method used was purposive sampling. Data collection is done by distributing questionnaires using google form. The data analysis technique used is descriptive and inferential analysis using the help of the Partial Least Square (PLS) tool, namely the Smart PLS 3.0 software. The results of this study indicate that (1) electronic word of mouth does not have a significant effect on purchase intention with a coefficient value of 0.222. (2) brand image has a significant effect on purchase intention with a coefficient value of 0.329.

Keywords : Electronic Word of Mouth, Brand Image, Purchase Intention

ANALISIS *PURCHASE INTENTION* PADA *E-COMMERCE* **(Studi Kasus pada Pengguna Sociolla di Kalangan Muda)**

Oleh Sindy Adiska Marta Dinata

Abstrak

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk membuktikan apakah *electronic word of mouth* dan citra merek berpengaruh terhadap minat beli pada *e-commerce* Sociolla. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah berbelanja menggunakan *e-commerce* Sociolla. Jumlah sampel yang diambil oleh peneliti sebanyak 58 responden dengan teknik penentuan sampel *non-probability sampling* dan dengan metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *google form*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan inferensial dengan menggunakan bantuan alat *Partial Least Square* (PLS) yaitu *software* Smart PLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *electronic word of mouth* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien sebesar 0,222. (2) citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien sebesar 0,329.

Kata kunci : *Electronic Word of Mouth*, Citra Merek, Minat Beli



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.upnvj.ac.id, e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2020/2021

Hari ini Kamis, tanggal 04 Februari 2021, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : SINDY ADISKA MARTA DINATA

NIM : 1710111117

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :
Analisis *Purchase Intention* Pada *E-Commerce* (Studi Kasus Pada Pengguna Sociolla Di Kalangan Muda)
Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus / ~~Tidak Lulus~~***

Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yuliniar.,SE.,MM	Ketua	1.
2	Dra. Pusporini.,MM	Anggota I	2.
3	Dr. Alfatih S. Mangabarani.,SE.,M.Si	Anggota II (**)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 04 Februari 2021
Mengesahkan
A.n. Dekan
Kepala Program Studi Manajemen
Program Sarjana

Wahyudi.,S.E.,M.M.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat karunia-Nya sehingga skripsi ini telah diselesaikan. Dengan judul yang dipilih dalam karya ini adalah “**Analisis *Purchase Intention* pada *E-Commerce* (Studi Kasus pada Pengguna Sociolla di Kalangan Muda)**”. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Bapak Wahyudi, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Alfatih S. Mangabarani.,SE.,M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan juga kepada Ibu Diana Triwardhani.,SE.,MM selaku Dosen Pembimbing II, Ibu Suharyati, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik, serta seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak memberikan arahan dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis.

Di samping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Iskandar Martadinata dan Ibu Idriani Idrus selaku kedua orang tua tercinta, Gita Noviskandariani dan Gerry Holgiando selaku kakak kandung, dan seluruh keluarga besar yang tiada hentinya memberikan semangat dan doa kepada penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Angie, Muti, Sarah, Renaldo, Abi, Azri, Putnas, dan teman-teman Buveja yang telah dengan sabar mendengarkan segala keluh kesah penulis. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada teman-teman SMP dan SMA penulis yaitu Firna, Reka, Olivia, Saphira, Hanun, Annisa, Salza, Yunita, Bella, dan Alia yang selalu memberi semangat, dukungan, dan mendoakan penulis. Serta teman-teman S1 Manajemen seperjuangan skripsi lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang juga selalu mendukung dan membantu dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 04 Februari 2021
Sindy Adiska Marta Dinata

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Penelitian	8
I.4 Manfaat Hasil Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
II.1 Landasan Teori.....	9
II.1.1 Pemasaran.....	9
II.1.2 <i>Purchase Intention</i>	10
II.1.3 <i>Word of Mouth</i>	12
II.1.4 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	12
II.1.5 <i>Brand</i>	13
II.1.6 <i>Brand Image</i>	13
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	17
II.3 Model Penelitian Empiris.....	26
II.4 Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
III.1.1 Definisi Operasional.....	29
III.1.2 Pengukuran Variabel.....	30
III.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	30
III.2.1 Populasi	30
III.2.2 Sampel.....	31
III.3 Teknik Pengumpulan Data.....	32
III.3.1 Jenis Data	32

III.3.2	Sumber Data.....	32
III.3.3	Pengumpulan Data	32
III.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	34
III.4.1	Teknik Analisis Data.....	34
III.4.1.1	Analisis Data Deskriptif.....	35
III.4.1.2	Analisis Data Inferensial	37
III.4.2	Uji Hipotesis.....	39
III.4.3	Kerangka Model Penelitian.....	40
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	42
IV.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	42
IV.2	Deskripsi Data Penelitian.....	44
IV.2.1	Deskripsi Data Responden.....	44
IV.2.2	Analisis Data Deskriptif.....	47
IV.3	Uji Hipotesis dan Analisis.....	50
IV.3.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	50
IV.3.1.1	Uji Validitas	51
IV.3.1.2	Uji Reliabilitas	54
IV.3.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	55
IV.3.2.1	Koefisien Determinasi (R^2).....	55
IV.3.2.2	Uji t-Statistik.....	55
IV.4	Pembahasan.....	57
IV.4.1	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	57
IV.4.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	59
IV.5	Keterbatasan Penelitian.....	60
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	62
V.1	Simpulan	62
V.2	Saran.....	63
	DAFTAR PUSTAKA	64
	RIWAYAT HIDUP	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penggunaan Sociolla di Indonesia dari Waktu ke Waktu	5
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya	23
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	30
Tabel 4. Skala <i>Likert</i>	33
Tabel 5. Kisi – Kisi Instrumen Penelitian	33
Tabel 6. Peringkat Jawaban Responden.....	36
Tabel 7. Interpretasi Nilai Presentase Responden	37
Tabel 8. Tingkat Reliabilitas berdasarkan nilai <i>Alpha Cronbach</i>	39
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/uang saku Perbulan	45
Tabel 12. Karakteristik Responden yang Pernah Melihat Iklan Sociolla	46
Tabel 13. Karakteristik Responden yang Pernah Mengunjungi <i>Website</i> Sociolla.....	47
Tabel 14. Karakteristik Responden yang Pernah Berbelanja di Sociolla.....	47
Tabel 15. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>E-Word of Mouth</i>	48
Tabel 16. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i>	48
Tabel 17. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Purchase Intention</i>	49
Tabel 18. <i>Outer Loading Factor</i>	52
Tabel 19. <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	53
Tabel 20. Uji Reliabilitas	54
Tabel 21. Nilai R^2 dan <i>Adjusted R^2</i>	55
Tabel 22. Hasil Uji t-Statistik.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-commerce di Indonesia 2017-2023.....	1
Gambar 2. Top 10 E-commerce di Indonesia Kuartal I 2020.....	3
Gambar 3. Model Penelitian	26
Gambar 4. Tahapan Analisis PLS	35
Gambar 5. Kerangka Model Penelitian.....	41
Gambar 6. Logo Sociolla	42
Gambar 7. <i>Outer Model</i>	50
Gambar 8. <i>Inner Model</i>	57

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Kuesioner 58 Responden
- Lampiran 3. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 4. Hasil Deskripsi Data Penelitian
- Lampiran 5. Hasil *Outer* Model PLS
- Lampiran 6. Hasil *Output* Model PLS
- Lampiran 7. Hasil *Inner* Model PLS
- Lampiran 8. T Tabel
- Lampiran 9. Bukti Penyebaran *G-Form*
- Lampiran 10. Hasil Turnitin