

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MARKETPLACE SHOPEE
(Studi Empiris pada Pengguna Shopee di Kabupaten Ponorogo)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Nadya Erista Rahmawati

NIM : 20420692

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2024

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MARKETPLACE SHOPEE
(Studi Empiris pada Pengguna Shopee di Kabupaten Ponorogo)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Nadya Erista Rahmawati

NIM : 20420692

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Empiris pada Pengguna Shopee di Kabupaten Ponorogo)

Nama : Nadya Erista Rahmawati

NIM : 20420692

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 28 November 2001

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I

Sayid Abbas, SE., M. Si

NIDN. 0706017201

Ponorogo, 23 Juni 2024

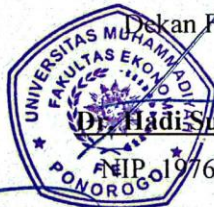
Pembimbing II

Yeni Cahyono, SE., ME.Sy.

NIDN.0709097505

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, S.E, M. Si

NIP.19760508 200501 1 002

Dosen Penguji:

Ketua

Sayid Abbas, SE., M. Si

NIDN. 0706017201

Sekretaris

Choirul Hamidah, SE, MM

NIDN. 0718046901

Anggota

Asis Riat Winanto, SE, ME

NIDN. 0707036901

PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 28 Mei 2024



Nadya Erista Rahmawati

20420692

MOTTO

“Allah SWT tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al Baqarah 286)

“Masa depan adalah milik mereka yang percaya dengan impiannya dan jangan biarkan impianmu dijajah oleh pendapat orang lain.”



Nadya Erista Rahmawati, NIM 20420692, Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Skripsi: “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui *Marketplace* Shopee”

Abstract

Shopee is the number one E-Commerce application with the most visitors, while the level of visitors to other E-Commerce applications is below Shopee. Seeing the high level of visitors and the large number of purchasing decision makers on the Shopee application, shopping attitudes tend to be modern using technology that is currently developing rapidly. This shopping is usually called online shopping, namely carrying out buying and selling activities using the internet network. This research aims to determine the factors that influence purchasing decisions through the Shopee marketplace. This research uses a quantitative approach with a survey method. The population in this research are Shopee marketplace users. The sampling method uses a Purposive Sampling technique of 100 users. Data was collected using a questionnaire and analyzed using the SPSS software application. The results of this research show that: (1) There is no influence between the Cash On Delivery (COD) payment system on purchasing decisions through the Shopee marketplace. (2) There is an influence between the Free Shipping Promo on purchasing decisions through the Shopee marketplace. (3) There is no influence between discounts on purchasing decisions through the Shopee marketplace. (4) There is an influence between Buyer Reviews on purchasing decisions through the Shopee marketplace. (5) The cash on delivery (COD) payment system, free shipping promotions, discounts, and buyer reviews simultaneously influence purchasing decisions through the Shopee marketplace.

Keywords: *Cash On Delivery (COD) Payment System, Free Shipping Promo, Discounts, Buyer Reviews, Purchase Decisions*

Abstrak

Shopee menjadi aplikasi *E-Commerce* nomor satu dengan pengunjung terbanyak, sedangkan tingkat pengunjung aplikasi *E-Commerce* lainnya berada di bawah Shopee. Melihat tingginya tingkat pengunjung dan banyaknya pengambil keputusan pembelian pada aplikasi Shopee, merupakan sikap berbelanja yang cenderung mengarah modern dengan menggunakan teknologi yang berkembang pesat saat ini. Belanja ini biasa disebut dengan *online shopping* yaitu melakukan kegiatan jual beli dengan menggunakan jaringan internet. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian melalui *marketplace* Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *marketplace* Shopee. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling* sebanyak 100 pengguna.

Pengumpulan data menggunakan kuisioner dan dianalisis menggunakan aplikasi *software SPSS*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Tidak terdapat pengaruh antara sistem pembayaran *Cash On Delivery* (COD) terhadap keputusan pembelian melalui *marketplace* Shopee. (2) Terdapat pengaruh antara Promo Gratis Ongkir terhadap keputusan pembelian melalui *marketplace* Shopee. (3) Tidak terdapat pengaruh antara Diskon terhadap keputusan pembelian melalui *marketplace* Shopee. (4) Terdapat pengaruh antara *Review* Pembeli terhadap keputusan pembelian melalui *marketplace* Shopee. (5) Sistem pembayaran *cash on delivery* (COD), promo gratis ongkir, diskon, dan *review* pembeli secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui *marketplace* Shopee.

Kata kunci: Sistem Pembayaran Cash On Delivery (COD), Promo Gratis Ongkir, Diskon, Review Pembeli, Keputusan Pembelian



KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullohi Wabarakatuh

Segala puji kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat serta nikmat yang tak terhingga. Sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui *Marketplace* Shopee”. Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan masukan dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

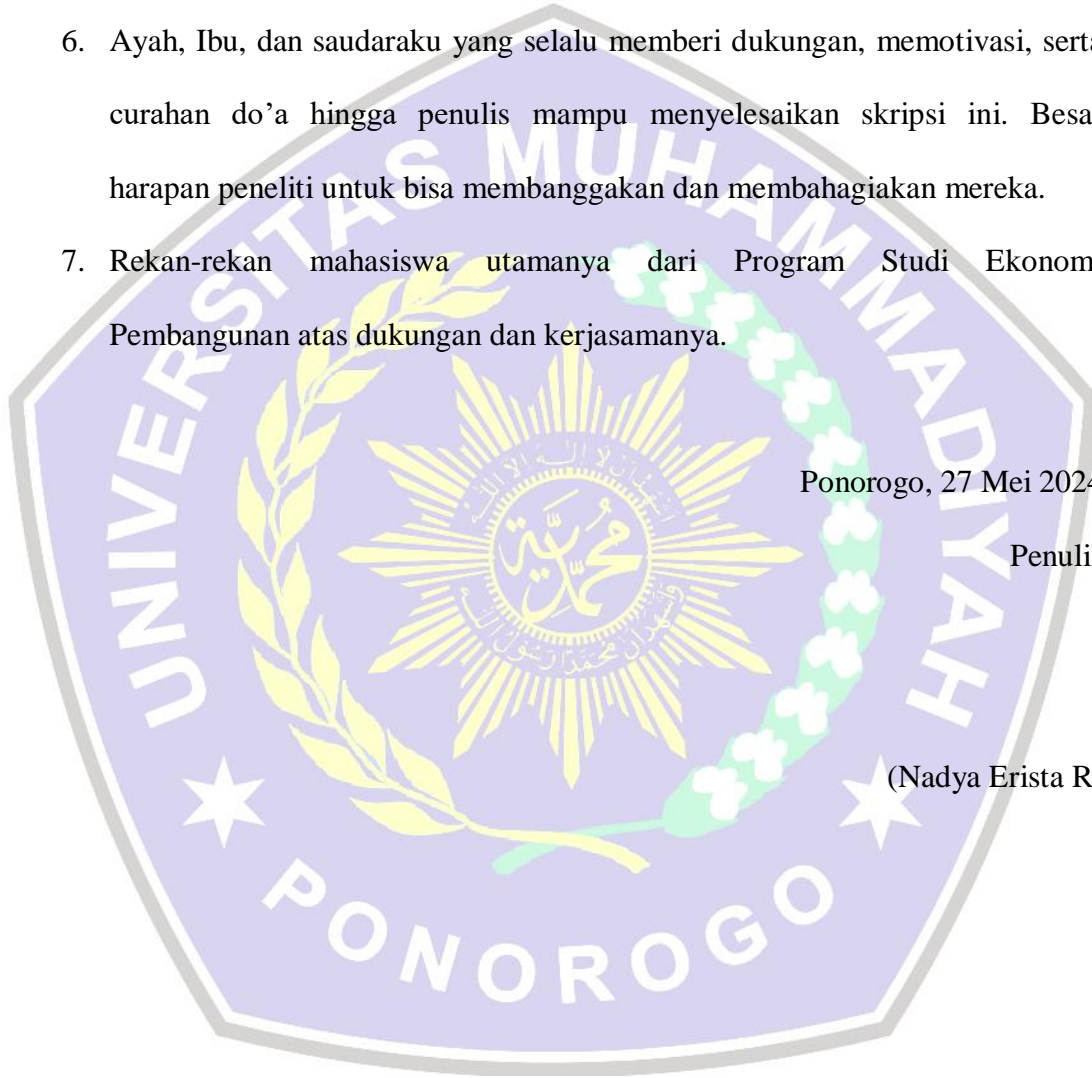
1. Bapak Dr. H. Happy Susanto, MA, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Choirul Hamidah, SE. MM selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Sayid Abbas, SE., M. Si selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini serta memberikan saran dan masukan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.

5. Bapak Yeni Cahyono, SE., ME. Sy. selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini serta memberikan saran dan masukan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.
6. Ayah, Ibu, dan saudaraku yang selalu memberi dukungan, memotivasi, serta curahan do'a hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Besar harapan peneliti untuk bisa membanggakan dan membahagiakan mereka.
7. Rekan-rekan mahasiswa utamanya dari Program Studi Ekonomi Pembangunan atas dukungan dan kerjasamanya.

Ponorogo, 27 Mei 2024

Penulis

(Nadya Erista R)



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG KODE ETIK PENELITIAN	iii
MOTTO.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	13
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	35
2.4 Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	38

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	38
3.3 Metode Pengambilan Data	39
3.4 Definisi Operasional Variabel	40
3.5 Metode Analisis Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	48
4.2 Hasil Penelitian.....	49
4.3 Pembahasan	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	90
Lampiran-Lampiran	93



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Metode Pembayaran Paling Sering Digunakan Saat Belanja di Marketplace	
Indonesia	8
Tabel 2 Kriteria Koefisien Korelasi	47
Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	51
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Mengunjungi <i>Online Shop</i>	52
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Barang Yang Sering Dibeli	52
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Media Yang Digunakan	53
Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Melakukan Transaksi	54
Tabel 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Keputusan Dalam Pembelian	55
Tabel 11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sistem Pembayaran COD	56
Tabel 12 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promo Gratis Ongkir	58
Tabel 13 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Diskon	60
Tabel 14 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Review</i> Pembeli	62
Tabel 15 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	64
Tabel 16 Hasil Uji Validitas	67
Tabel 17 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 18 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	70
Tabel 19 Hasil Koefisien Determinasi	72
Tabel 20 Hasil Uji T	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Daftar Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Gambar 2 Daftar <i>Marketplace</i> di Indonesia	4
Gambar 3 Data Transaksi <i>Online Shop</i> di <i>Marketplace</i>	6
Gambar 4 Kerangka Konseptual.....	35
Gambar 5 Kurva Daerah Penolakan dan Penerimaan Ho Variabel Sistem COD.....	74
Gambar 6 Kurva Daerah Penolakan dan Penerimaan Ho Variabel Promo Gratis Ongkir.....	74
Gambar 7 Kurva Daerah Penolakan dan Penerimaan Ho Variabel Diskon.....	75
Gambar 8 Kurva Daerah Penolakan dan Penerimaan Ho Variabel <i>Review</i> Pembeli.....	76
Gambar 9 Kurva Daerah Penolakan Ho dan Penerimaan Ha Uji F.....	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabulasi Data Responden	93
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian	98
Lampiran 3 Hasil Olah Data	103
Lampiran 4 Tabel Distribusi F untuk Probabilita=0,05	109
Lampiran 5 Tabel Persentase Distribusi t (df=81-120).....	110
Lampiran 6 Surat Keterangan Hasil Uji Cek Plagiasi.....	111
Lampiran 7 Berita Acara Bimbingan	112
Lampiran 8 Akun Shopee.....	113

