

**PENGARUH ORIENTASI BELANJA, CITRA MEREK, KEMUDAHAN
PENGUNAAN DAN KUALITAS WEBSITE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA DI
JAKARTA**

TUGAS AKHIR

MOHAMAD IKBAL BASYAH

183112340240585



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2022

**PENGARUH ORIENTASI BELANJA, CITRA MEREK, KEMUDAHAN
PENGUNAAN DAN KUALITAS WEBSITE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA DI
JAKARTA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nasional

Oleh :

MOHAMAD IKBAL BASYAH
183112340240585



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA

2022

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul :

**PENGARUH ORIENTASI BELANJA, CITRA MEREK, KEMUDAHAN
PENGUNAAN DAN KUALITAS WEBSITE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA DI
JAKARTA**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 8 Agustus 2022



Mohamad Ikbal Basyah
183112340240585

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH ORIENTASI BELANJA, CITRA MEREK, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS WEBSITE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA DI JAKARTA**

Nama Mahasiswa : **MOHAMAD IKBAL BASYAH**

Nomor Pokok : **183112340240585**

Program Studi : **MANAJEMEN**



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH ORIENTASI BELANJA, CITRA MEREK, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS WEBSITE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA DI JAKARTA**

Nama Mahasiswa : **MOHAMAD IKBAL BASYAH**

Nomor Pokok : **183112340240585**

Program Studi : **MANAJEMEN**



Mengesahkan
Penguji,
Pembimbing/ Penguji,

Andini
(Dr. Andini Nurwulandari, S.E., M.M.)

Ketua Penguji, **Anggota / Penguji,**

Subur *Muhani*
(Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M.) **(Dr. Muhani, S.E., M.Si.M.)**

Mengetahui,
Dekan,

Wiseiso
(Dr. Wisnu Digna Wiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)



Jakarta :

Tanggal Lulus:

ABSTRAK

PENGARUH ORIENTASI BELANJA, CITRA MEREK, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS WEBSITE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA DI JAKARTA

Oleh :

Mohamad Ikbal Basyah

NPM : 183112340240585

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Andini Nurwulandari, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Orientasi Belanja, Citra Merek, Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Website terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace Tokopedia di Jakarta. Populasi pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yang mana populasi yang diambil berjumlah 100 orang dengan tingkat signifikansi 95% dan standar deviasi sebesar 25%. Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 orang responden dari Mahasiswa FEB Universitas Nasional. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan menggunakan program Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 24.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Orientasi Belanja berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada marketplace Tokopedia. Citra Merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada marketplace Tokopedia. Kemudahan Penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Tokopedia. Kualitas Website berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Tokopedia. Dapat disimpulkan bahwa Citra Merek dan Kualitas Website memiliki nilai kontribusi tertinggi terhadap minat beli dalam penelitian ini.

Kata kunci : Pengaruh Orientasi Belanja, Citra Merek, Kemudahan Penggunaan, Kualitas Website dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

THE EFFECT OF SHOPPING ORIENTATION, BRAND IMAGE, EASE OF USE AND WEBSITE QUALITY ON PRODUCT PURCHASE DECISIONS AT THE TOKOPEDIA MARKETPLACE IN JAKARTA

By :
Mohamad Ikbal Basyah
NPM : 183112340240585

Thesis, under the guidance of Dr. Andini Nurwulandari, S.E., M.M.

This research aims to examine the Effect of Shopping Orientation, Brand Image, Ease of Use and Website Quality on Product Purchase Decisions at the Tokopedia Marketplace in Jakarta. The population in this study used a purposive sampling technique where the population taken was 100 respondents with a significance level of 95% and a standard deviation of 25%. This study uses primary data with data collection methods through questionnaires distributed to 100 respondents from FEB National University students. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis and uses the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 24.0 program. The results showed that Shopping Orientation had a positive and significant effect on product purchase decisions on the Tokopedia marketplace. Brand Image has a positive and significant effect on product purchase decisions on the Tokopedia marketplace. Ease of Use has a positive and significant effect on product purchase decisions on the Tokopedia marketplace. Website quality has a positive and significant effect on product purchase decisions on the Tokopedia marketplace. It can be concluded that Brand Image and Website Quality have the highest contribution value to purchase decision in this study.

Keywords: Shopping Orientation, Brand Image, Ease of Use, Website Quality and Purchase Decision.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

Nama : Mohamad Ikbal Basyah
NPM : 183112340240585
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat/Tgl.Lahir : Jakarta, 04 Maret 1996
Tempat Tinggal : Jl. Batu Ampar VII No.69 RT/RW 15/005
Kel. Batu Ampar Kec. Kramat Jati Jakarta Timur
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Warga Negara Indonesia

B. Riwayat Pendidikan

Tahun 2002-2008 : SDN Cipinang Cempedak 08 Pagi
Jakarta Timur
Tahun 2008-2011 : SMP AL-HASANAH Kab.Bogor
Tahun 2012-2015 : Paket C PPS AL-BAROKAH Sukabumi
Tahun 2018-Sampai saat ini : Universitas Nasional



Jakarta, 8 Agustus 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mohamad Ikbal Basyah', with a horizontal line underneath it.

Mohamad Ikbal Basyah
183112340240585

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang telah diberikan, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya segala hambatan dan kesulitan yang penulis alami selama penulisan skripsi ini dapat penulis lewati dengan baik sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Orientasi Belanja, Citra Merek, Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Website terhadap Keputusan Pembelian produk pada marketplace Tokopedia di Jakarta.”

Penulisan Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Strata Satu Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Peneliti menyadari bahwa selesainya penulisan ilmiah ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan serta do'a dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menghaturkan rasa syukur dan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan untuk mengikuti dan menyelesaikan tugas akhir sebagai persyaratan menempuh gelar sarjana.
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, S.E, M.App.Ec, Ph. D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E, M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Dr. Andini Nurwulandari, S.E, M.M. selaku Dosen Pembimbing atas bimbingannya dengan meluangkan waktu dan memberi masukan yang bermanfaat bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.
6. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat

dan terima kasih penulis sebagai mahasiswa atas ilmu yang diberikan kepada penulis dari semester awal hingga saat ini.

7. Papa dan Mama selaku orang tua yang saya sayangi, yang dengan tulus ikhlas telah mendidik dan memberikan pengorbanan tak ternilai, dorongan moril serta materil dan doa selama ini diberikan kepada saya dalam menyelesaikan studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
8. Siti Aisyah, S.AB. yang selalu menyemangati hingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Ma pren dan Ma boi yang telah memberikan dukungan sampai sejauh ini.

Penulis menyadari penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, hal ini disebabkan terbatasnya pengalaman, kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca demi perbaikan dan kesempurnaan penulisan tugas akhir ini.

Akhir kata semoga penulisan tugas akhir ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, 8 Agustus 2022

Penulis,



(Mohamad Ikbal Basyah)

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN LEMBAR JUDUL..... | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN..... | iii |
| LEMBAR PERSETUJUAN..... | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | v |
| ABSTRAK..... | vi |
| ABSTRACT..... | vii |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 8 |
| C. Manfaat Penelitian..... | 9 |
| D. Tujuan Penelitian..... | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 11 |
| A. Teori Yang Terkait Dengan Variabel Penelitian..... | 11 |
| 1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran..... | 11 |
| a. Pengertian Pemasaran..... | 11 |
| b. Manajemen Pemasaran..... | 11 |
| 2. Orientasi Belanja..... | 13 |
| a. Pengertian Orientasi Belanja..... | 13 |
| b. Definisi Orientasi Belanja..... | 14 |
| c. Indikator Orientasi Belanja..... | 15 |
| 3. Citra Merek..... | 16 |
| a. Pengertian Citra Merek..... | 16 |
| b. Definisi Citra Merek..... | 17 |
| c. Indikator Citra Merek..... | 18 |
| 4. Kemudahan Penggunaan..... | 18 |
| a. Pengertian Kemudahan Penggunaan..... | 18 |

| | |
|--|-----------|
| b. Definisi Kemudahan Penggunaan..... | 18 |
| c. Indikator Kemudahan Penggunaan..... | 19 |
| 5. Kualitas Website..... | 20 |
| a. Pengertian Kualitas Website..... | 20 |
| b. Definisi Kualitas Website..... | 20 |
| c. Indikator Kualitas Website..... | 21 |
| 6. Keputusan Pembelian..... | 21 |
| a. Pengertian Keputusan Pembelian..... | 21 |
| b. Indikator Keputusan Pembelian..... | 22 |
| B. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian..... | 22 |
| 1. Pengaruh Orientasi Belanja terhadap Keputusan Pembelian..... | 22 |
| 2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian..... | 23 |
| 3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian..... | 23 |
| 4. Pengaruh Kualitas Website terhadap Keputusan Pembelian..... | 23 |
| C. Hasil Penelitian yang sesuai sebagai Rujukan Penelitian..... | 24 |
| D. Kerangka Analisis..... | 32 |
| E. Hipotesis..... | 33 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 34 |
| A. Objek Penelitian..... | 34 |
| B. Data Penelitian..... | 34 |
| 1. Sumber Data dan Jenis Data..... | 34 |
| a. Sumber Data..... | 34 |
| b. Jenis Data..... | 34 |
| 2. Populasi dan Sampel..... | 34 |
| a. Populasi..... | 34 |
| b. Sampel..... | 35 |
| 3. Metode dan Alat Pengumpulan Data..... | 36 |
| C. Definisi Operasional Variabel..... | 37 |
| 1. Variabel Dependen..... | 37 |
| 2. Variabel Independen..... | 38 |
| D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis..... | 41 |
| 1. Metode Analisis..... | 41 |
| a. Analisis Deskriptif..... | 41 |
| 2. Analisis Regresi Linear Berganda..... | 41 |

| | |
|--|-----------|
| 3. Uji Instrumen..... | 42 |
| a. Uji Validitas..... | 42 |
| b. Uji Reliabilitas..... | 42 |
| 4. Asumsi Klasik..... | 43 |
| a. Uji Normalitas..... | 43 |
| b. Uji Multikolinearitas..... | 43 |
| c. Uji Heteroskedastisitas..... | 43 |
| 5. Uji Kelayakan Model..... | 44 |
| a. Uji F..... | 44 |
| b. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)..... | 44 |
| 6. Uji Hipotesis (Uji T)..... | 45 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 47 |
| A. Hasil Penelitian..... | 47 |
| 1. Deskripsi Objek Penelitian..... | 47 |
| a. Sejarah Singkat Tokopedia..... | 47 |
| 2. Karakteristik Responden..... | 48 |
| a. Karakteristik Berdasarkan Program Studi..... | 49 |
| b. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 50 |
| c. Karakteristik Berdasarkan Usia..... | 51 |
| d. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan..... | 52 |
| e. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan..... | 53 |
| B. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian..... | 54 |
| 1. Metode Analisis Deskriptif..... | 54 |
| a. Pengaruh Orientasi Belanja (X1)..... | 54 |
| b. Pengaruh Citra Merek (X2)..... | 55 |
| c. Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X3)..... | 56 |
| d. Pengaruh Kualitas Website (X4)..... | 57 |
| e. Keputusan Pembelian (Y)..... | 58 |
| 2. Uji Instrumen..... | 59 |

| | |
|--|-----------|
| a. Uji Validitas..... | 59 |
| b. Uji Reliabilitas..... | 62 |
| 3. Uji Asumsi Klasik..... | 62 |
| a. Uji Normalitas..... | 62 |
| b. Uji Multikolinearitas..... | 63 |
| c. Uji Heteroskedastisitas..... | 65 |
| 4. Analisis Regresi Linear Berganda..... | 66 |
| 5. Uji Kelayakan Model..... | 67 |
| a. Uji F..... | 67 |
| b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 68 |
| 6. Uji T (Uji Hipotesis Penelitian)..... | 69 |
| 1) Pengujian Hipotesis Satu..... | 69 |
| 2) Pengujian Hipotesis Kedua..... | 69 |
| 3) Pengujian Hipotesis Ketiga..... | 70 |
| 4) Pengujian Hipotesis Keempat..... | 70 |
| C. Pembahasan..... | 71 |
| 1. Pengaruh Orientasi Belanja (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).. | 71 |
| 2. Pengaruh Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)..... | 72 |
| 3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)..... | 72 |
| 4. Pengaruh Kualitas Website (X4) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).. | 73 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 75 |
| A. Kesimpulan..... | 75 |
| B. Saran..... | 76 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 77 |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | 80 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 10 Penjualan Terlaris..... | 5 |
| Tabel 1.2 Rujukan Penelitian..... | 24 |
| Tabel 1.3 Instrumen Skala Likert..... | 37 |
| Tabel 1.4 Definisi Operasional Variabel..... | 38 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi..... | 49 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 50 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 51 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 52 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 53 |
| Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Orientasi Belanja (X1)..... | 54 |
| Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Citra Merek (X2)..... | 55 |
| Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan (X3)..... | 56 |
| Tabel 4.9 Deskriptif Variabel Kualitas Website (X4)..... | 57 |
| Tabel 4.10 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... | 58 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas..... | 59 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas..... | 61 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas..... | 62 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas..... | 63 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Heterokedastisitas..... | 64 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda..... | 65 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji F..... | 66 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 67 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji T..... | 68 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Tampilan Muka Website Tokopedia..... | 2 |
| Gambar 1.2 Pengunjung marketplace di Indonesia..... | 4 |
| Gambar 2.1 Kerangka Analisis..... | 32 |
| Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Program Studi..... | 49 |
| Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 50 |
| Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Usia..... | 51 |
| Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 52 |
| Gambar 4.5 Diagram Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 53 |

