

TUGAS AKHIR

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK MINUMAN
SECARA ONLINE PADA MARKETPLACE
(Studi Kasus : Schuim.milkshake)**



Disusun Oleh :

SYAHARANI PRATIWI SALAM
NBI: 1411900172

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

TUGAS AKHIR
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN
DALAM MEMBELI PRODUK MINUMAN SECARA ONLINE PADA
MARKETPLACE

(studi kasus : Schuim.milkshake)

Untuk memperoleh gelar sarjana Strata satu (S1) dalam ilmu Teknik Industri
pada program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disusun Oleh:

Syahrani Pratiwi Salam

NBI: 1411900172

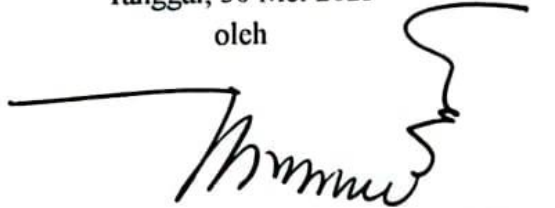
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nama : Syaharani Pratiwi Salam
NBI : 1411900172
Prodi : Teknik Industri
Judul TA : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen
Dalam Membeli Produk Minuman Secara Online Pada
Marketplace (studi kasus : Schuim.milkshake)

Tugas akhir ini telah disetujui
Tanggal, 30 Mei 2023
oleh



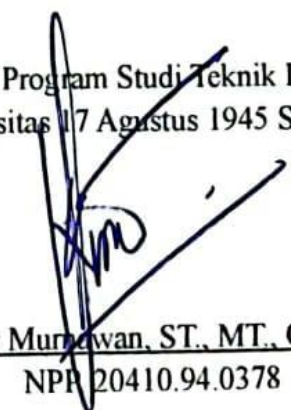
Ir. Asmungi, MT
NPP. 20410.96.0442

Dekan Fakultas Teknik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Ir. Saiful M. Kes., IPU., ASEAN Eng.
NPP. 20410.90.0197

Ketua Program Studi Teknik Industri
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Hery Murnawan, ST., MT., CSCA
NPP. 20410.94.0378

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

LEMBAR PENETAPAN PANITIA PENGUJI

Nama : Syaharani Pratiwi Salam
NBI : 1411900172
Fakultas : Teknik
Prodi : Teknik Industri
Judul TA : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK MINUMAN
SECARA ONLINE PADA MARKETPLACE
(studi kasus : Schuim.milkshake)

Tugas Akhir telah di uji pada : Tanggal, 7 Juni 2023

**Panitia Penguji Tugas Akhir Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas
Teknik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

Ketua	Ir. Asmungi, MT	
Anggota	1. Erni Puspanantasari, ST., M.Eng., Ph.d	
	2. Herlina, ST., MT	

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syaharani Pratiwi Salam
NBI : 1411900172
Program Studi : Teknik Industri

Menyatakan bahwa isi sebagian maupun keseluruhan Tugas Akhir saya yang berjudul:

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK MINUMAN SECARA ONLINE PADA MARKETPLACE

Adalah hasil kerja analisis tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa artikel; skripsi; thesis ataupun disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jia dikemudian hari ternyata terukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi. Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan dosen pembimbing dan kelembagaan Fakultas Teknik Untag Surabaya.

Surabaya, 11 Juni 2023
Yang Membuat Pernyataan



5F2BAK0525297134
(Syaharani Pratiwi Salam)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex. 311)
Email : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syaharani Pratiwi Salam
NBI : 1411900172
Fakultas : Fakultas Teknik
Program Studi : Teknik Industri
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk
memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free
Right*), atas karya saya yang berjudul :

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK MINUMAN SECARA ONLINE PADA MARKETPLACE (Studi Kasus : Schuim.Milkshake)

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free
Right*), badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak
menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam
bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah
saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 19 juni 2023

Yang Menyatakan,

(Syaharani Pratiwi Salam)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Minuman Secara Online Pada Marketplace”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Ir. Sajiyo, M.Kes.,IPU, selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Hery Murnawan S. T.,M.T. selaku kepala Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Ir. Asmungi, MT. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Seluruh staf pengajar Program Studi Teknik Industri yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Mas Ryan selaku pemilik usaha Schuim.milkshake telah memperbolehkan saya melakukan penelitian di tempatnya.
6. Kepada kedua orang tua saya yang selalu mendukung saya dalam menempuh pendidikan dan memberikan nasihat, kasih sayang setiap langkah hidup penulis.
7. Teman seperjuangan penulis dari *highschool* hingga universitas Abizah Ardellia dan Nesya Fitri Afiana yang telah membantu dan memberikan motivasi dalam mengerjakan tugas akhir ini.
8. Temen perkuliahan saya Purnanty, Rizky Dwi, Ulya yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
9. Serta semua teman teman seperjuangan di prodi Teknik Industri Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya atas semua kerjasama dan semangat yang telah diberikan.

Menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, mengharapkan adanya kritik dan saran serta masukan yang bersifat membangun sehingga di masa yang akan datang Tugas Akhir ini dapat tersusun

lebih baik. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan dijadikan sebagai wawasan dan ilmu yang bagi semua pihak khususnya bagi penulis sendiri.

Surabaya, 11 Juni 2023
Yang Membuat Pernyataan

Syahrani Pratiwi Salam

ABSTRAK

Persaingan pada industri makanan dan minuman semakin ketat persaingannya, untuk meningkatkan penjualan schuim.milkshake melakukan sistem penjualan secara *offline* dan *online*. Zaman sekarang teknologi berkembang sangat pesat, konsumen dapat melakukan pemesanan makan secara *online*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk minuman secara online pada marketplace di schuim.milkshake. hipotesis yang diajukan yaitu keputusan konsumen untuk membeli minuman (Y) yang dipengaruhi oleh produk (X1), harga (X2), promosi (X3), tempat (X4), kualitas layanan (X5), kemudahan penggunaan marketplace (X6) dan kepercayaan (X7) dan dianalisis dengan Regresi Linier Berganda. Metode yang digunakan untuk memperoleh data informasi responden berupa kuesioner. Uji coba instrumen untuk mengukur validitas dan konsistensi kuesioner, hasilnya semua indikator-indikator variabel adalah valid dan reliabel. Nilai koefisien determinasi pada uji linier berganda sebesar 0,732 yang dapat diartikan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh 73,2% terhadap variabel dependen (Y) dan 26,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel independen yang diteliti. Hasil uji F semua variabel independen memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y), sedangkan hasil uji t variabel promosi, tempat dan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *7p, Marketplace, Keputusan Konsumen,*

DAFTAR ISI

COVER	
TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PENETAPAN PANITIA PENGUJI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Masalah	4
1.4. Batasan Masalah	4
1.5. Manfaat Penelitian	4
1.6. Sistematika Penulisan	5
BAB II STUDI PUSTAKA	7
2.1. Konsep Manajemen Pemasaran	7
2.1.1. Strategi Pemasaran	7
2.1.2. Bauran Pemasaran.....	8
2.1.3. Unsur-unsur Utama Pemasaran	10
2.2. Perilaku Konsumen.....	11
2.2.1. Kerangka Analisa Perilaku Konsumen.....	11
2.2.2. Pembelian sebagai suatu proses	12
2.2.3. Variabel Dalam Kuesioner	14

2.3.	Skala Likert	16
2.4.	Populasi	16
2.5.	Nonprobability Sampling	16
2.4.1.	Purposive Sampling.....	16
2.6.	Uji Instrumen	17
2.3.1.	Uji Validitas	17
2.3.2.	Uji Realiabilitas.....	17
2.7.	Uji Asumsi Klasik.....	18
2.4.1.	Uji Multikolineritas	18
2.4.2.	Uji Normalitas	18
2.4.3.	Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejer)	18
2.8.	Analisis Regresi	19
2.7.1.	Koefisien Determinasi.....	19
2.7.2.	Uji F	19
2.7.3.	Uji t.....	19
2.7.4.	Regresi Linier Berganda.....	20
2.9.	Peneliti Terdahulu.....	20
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		25
3.1.	Tahapan Penelitian	25
3.2.1.	Studi Lapangan.....	25
3.2.2.	Studi Pustaka.....	25
3.2.3.	Pengumpulan Data	25
3.2.4.	Pengolahan Data.....	26
3.2.5.	Analisa Hasil dan Pembahasan.....	26
3.2.6.	Kesimpulan dan saran	26
3.2.	Diagram Aliran.....	26
3.3.	Jadwal Penelitian.....	29
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN		31
4.1.	Pengumpulan Data.....	31
4.1.1.	Populasi	31

4.1.2. Sampel	31
4.2. Instrumen Pengumpulan data (Kuesioner)	31
4.3. Uji instrumen.....	32
4.3.1. Uji Validitas	32
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	34
4.4. Penyebaran Kuesioner Lanjutan.....	34
4.5. Pengolahan Data.....	34
4.5.1. Deskripsi Karakteristik Responden	34
4.5.2. Uji Asumsi Klasik	36
4.5.3. Analisa Regresi	39
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1. Kesimpulan	45
5.2. Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN.....	49
BIODATA DIRI	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Usaha E-commerce menurut barang dan jasa yang dijual Tahun 2020 (sumber: badan pusat statistik).....	2
Gambar 1. 2 Demand Penjualan.....	2
Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian.....	12
Gambar 2. 2 kerangka variabel	14
Gambar 3. 1 Flowchart.....	24
Gambar 3. 2 Flowchart lanjutan.....	25
Gambar 4. 1 grafik P-P Plot of Regresion Standardized Residual	34

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Menu Schuim.milkshake.....	3
Tabel 2. 1 macam peranan dalam perilaku konsumen	11
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	29
Tabel 4. 1 Atribut Variabel Independen.....	27
Tabel 4. 2 perhitungan uji validitas pada variabel.....	28
Tabel 4. 3 Perhitungan Uji Reliabilitas.....	30
Tabel 4. 4 Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4. 5 Usia	31
Tabel 4. 6 Intensitas Transaksi.....	31
Tabel 4. 7 Uji Multikolinieritas.....	32
Tabel 4. 8 Uji One-Sample Kolmogrov-Smirnov	33
Tabel 4. 9 Uji Glejer.....	34
Tabel 4. 10 Koefisien Determinasi.....	35
Tabel 4. 11 Anova.....	36
Tabel 4. 12 Uji t	36
Tabel 4. 13 Regresi Linier berganda	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	49
Lampiran 2 Data responden	58
Lampiran 3 Jawaban Resnponden.....	65
Lampiran 4 Tabel r Product Moment	84
Lampiran 5 Uji validitas hasil SPSS 25	85
Lampiran 6 Uji Reiabilitas menggunakan spss 25	88
Lampiran 7 Lembar Bimbingan	92
Lampiran 8 Izin Penelitian	94
Lampiran 9 Lembar Revisi	95