

SKRIPSI

**KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA
MARKETPLACE DIKAJI DARI KEPERCAYAAN
KONSUMEN, KUALITAS PRODUK & *VIRAL MARKETING***



Oleh :

KANDA WAHYU DWI JUSUF
NBI : 1212000218

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

SKRIPSI

**KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA
MARKETPLACE DIKAJI DARI KEPERCAYAAN
KONSUMEN, KUALITAS PRODUK & *VIRAL MARKETING***



Oleh :

KANDA WAHYU DWI JUSUF

NBI : 1212000218

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

**KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA *MARKETPLACE*
DIKAJI DARI KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK
& *VIRAL MARKETING***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan

Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :

Kanda Wahyu Dwi Jusuf

NIM : 121200218

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Kanda Wahyu Dwi Jusuf
NBI : 1212000218
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Keputusan Pembelian Produk Pada *Marketplace* Dikaji
Dari Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk & *Viral Marketing*

Surabaya, 20 Desember 2023

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing,



Dr. Endah Budiarti, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal :.

TIM PENGUJI

1. Dr. Endah Budiarti, M.si
2. Drs. EC. Sigit Santoso M.M
3. Dr. Ahmad Yanu Alif Fianto, ST., MBA

TANDA TANGAN

Ketua.....

Anggota.....

Anggota.....

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M, Si, Ak, Ca

NPP: 20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama Lengkap (KTP) : Kanda Wahyu Dwi Jusuf (L)
2. NBI : 1212000218
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3516161008020002
6. Alamat Rumah (KTP) : Dsn. Gedang, Ds. Mlirip, Rt 03/Rw 08, Kec. Jetis, Kab. Mojokerto

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“Keputusan Pembelian Produk Pada *Marketplace* Dikaji Dari Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk & *Viral Marketing*”

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pemyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan. Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 18 Januari 2024

Yang Membuat,



Kanda Wahyu Dwi Jusuf



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail: perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kanda Wahyu Dwi Jusuf
NPM : 1212000218
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Skripsi/ ~~Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/ Praktek~~

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

“KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE DIKAJI DARI KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK & VIRAL MARKETING”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*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 : 18 Januari 2024

Yang Menyatakan,



*Coret yang tidak perlu

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan Pendidikan program sarjana ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu saya dalam menempuh Pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada :

1. Dr. Endah Budiarti, M.Si selaku pembimbing yang telah banyak memberikan penggarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA. Selaku rektor universitas 17 agustus 1945 surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan Pendidikan program sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. ulfi Pristiani, M.Si. selaku kepala program studi manajemen, universitas 17 agustus 1945 surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Kedua orang tua saya yang selalu mensupport dan mendoakan saya selalu dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
6. Seluruh teman saya di manajemen yang sudah membantu, memberi semangat dan doa serta bantuan dalam menjalani proses kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
7. Teruntuk zilmi hari fatiya yang selalu menemani dan memberi semangat hingga penulisan skripsi ini selesai

Dengan segala kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak cacat cela dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik perbaikan. Motto saya adalah “*orang berilmu tentu memiliki kepribadian Tangguh, yang bisa membawa diri, keluarga dan orang lain menuju kebahagiaan, serta bernilai manfaat bagi sesama.*” Orang yang pintar bukanlah orang yang merasa pintar, akan tetapi ia adalah orang yang merasa bodoh, dengan begitu ia tak akan pernah berhenti untuk terus belajar.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 20 November 2023

Kanda Wahyu Dwi Jusuf

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis 1). pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian produk pada marketplace Shopee, 2). pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pada marketplace Shopee, 3) pengaruh Viral marketing terhadap keputusan pembelian produk pada marketplace Shopee.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dengan sampel sebanyak 96 responden yang pernah membeli produk di marketplace Shopee pada mahasiswa universitas 17 agustus 1945 surabaya . Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian produk pada marketplace Shopee, kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pada marketplace Shopee, Viral marketing terhadap keputusan pembelian produk pada marketplace Shopee.

Kata kunci : kepercayaan konsumen, kualitas produk ,*viral marketing*, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyse 1). the effect of consumer confidence on product purchasing decisions in the Shopee marketplace, 2). the effect of product quality on product purchasing decisions in the Shopee marketplace, 3) the effect of viral marketing on product purchasing decisions in the Shopee marketplace.

The type of data used in this study is quantitative data. The sampling technique used in this study was purposive sampling with a sample of 96 respondents who had bought products in the Shopee marketplace for students of the university of 17 August 1945 Surabaya. The data analysis used is multiple regression analysis and t test.

The results of this study indicate that the variable consumer trust on product purchasing decisions in the Shopee marketplace, product quality on product purchasing decisions in the Shopee marketplace, viral marketing on product purchasing decisions in the Shopee marketplace.

Keywords: consumer confidence, product quality, viral marketing, purchasing decisions

RINGKASAN

Berbelanja di *marketplace* menjadi hal yang *populer* saat ini. Dimana *marketplace* banyak menawarkan sejumlah keunggulan yang signifikan bagi para pembeli dan penjual. pertama berbelanja di *marketplace* terasa jauh lebih praktis dan mudah. tak perlu pergi ke toko untuk membeli barang yang dibutuhkan karena Belanja bisa dilakukan lebih praktis dan sangat fleksibel lewat aplikasi mobile. Kedua Saat ini semua *marketplace* menawarkan prosedur transaksi yang terjamin aman, dimana Sistem transaksi yang diterapkan oleh *marketplace* bisa membantu mencegah terjadinya penipuan. Ketiga yaitu pilihan metode pembayaran ini sangat menguntungkan para konsumen

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah apakah kepercayaan konsumen, kualitas produk dan *viral marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk fashion pada *marketplace* Shopee. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

dan menganalisis pengaruh kepercayaan konsumen, kualitas produk, dan *viral marketing* terhadap keputusan pembelian produk fashion pada *marketplace* Shopee. Populasi yang digunakan adalah mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang pernah melakukan produk fashion pada *marketplace* Shopee. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survey yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner secara online dengan menggunakan Google Form pada responden mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang pernah membeli produk fashion pada *marketplace* Shopee. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, uji hipotesis yang digunakan adalah uji T. analisis data dalam penelitian ini dengan menggunakan SPSS dan uji koefisien determinasi, sedangkan uji asumsi klasik yang digunakan antara lain uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. Secara keseluruhan indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid (karena $r_{hitung} > r_{table}$ dan bernilai positif) dan reliabel (karena koefisien Cronbach Alpha $> 0,6$)

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------|
| COVER LUAR | i |
| COVER DALAM..... | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI..... | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI | iv |
| SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT | v |
| LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| ABSTRAK..... | ix |
| <i>ABSTRACT</i> | x |
| RINGKASAN | xi |
| DAFTAR ISI | xii |
| DAFTAR TABEL..... | xvi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Tujuan Masalah | 7 |
| 1.4 Manfaat Masalah..... | 8 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1 Landasan Teori | 9 |
| 2.1.1 Majemen Pemasaran | 9 |
| 2.1.2 Perilaku Konsumen | 10 |
| 2.1.3 Marketplace..... | 10 |
| 2.1.4 Kepercayaan Konsumen..... | 12 |
| 2.1.5 Kualitas Produk..... | 13 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.6 Viral Marketing | 16 |
| 2.1.7 Keputusan Pembelian | 18 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 20 |
| 2.3 Hubungan Antar Variable | 23 |
| 2.4 Kerangka Konseptual | 24 |
| 2.5 Hipotesis | 25 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 27 |
| 3.1 Desain Penelitian | 27 |
| 3.2 Lokasi & Waktu Penelitian | 27 |
| 3.3 Jenis Dan Sumber Penelitian | 27 |
| 3.3.1 Jenis Data | 27 |
| 3.3.2 Sumber Data | 28 |
| 3.4 Populasi Dan Sampel | 28 |
| 3.4.1 Populasi | 28 |
| 3.4.2 Sampel | 28 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 29 |
| 3.6 Definisi Variable Dan Definisi Operasional | 30 |
| 3.6.1 Definisi Variable | 30 |
| 3.6.2 Definisi Operasional | 31 |
| 3.7 Proses Pengolahan Data | 35 |
| 3.8 Metode Analisis Data Dan Analisis Data | 36 |
| 3.8.1 Uji Instrument Penelitian | 36 |
| 3.8.2 Uji Prasyarat Analisis | 37 |
| 3.9 Teknik Pengolahan Data | 38 |
| 3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda | 38 |
| 3.9.2 Uji Hipotesis | 39 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 41 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 41 |

| | | |
|--------------------|---|----|
| 4.1.1 | Gambaran Umum marketplace Shopee..... | 41 |
| 4.1.2 | visi & misi..... | 42 |
| 4.2 | Deskripsi Hasil Penelitian..... | 42 |
| 4.2.1 | Deskripsi Karakteristik Responden..... | 42 |
| 4.2.2 | Deskripsi Variabel..... | 43 |
| 4.3 | Uji Instrumen..... | 49 |
| 4.3.1 | Uji Validitas..... | 49 |
| 4.3.2 | Uji Realibilitas..... | 51 |
| 4.4 | Analisis Data..... | 52 |
| 4.4.1 | Uji Asumsi Klasik..... | 52 |
| 4.4.2 | Analisis Regresi Linier Berganda..... | 55 |
| 4.5 | Pengujian Hipotesis..... | 56 |
| 4.5.1 | Uji Signifikan Parsial (Uji t)..... | 56 |
| 4.5.2 | Analisis Koefisien Determinasi (R^2)..... | 57 |
| 4.6 | Pembahasan Hasil Temuan..... | 58 |
| 4.6.1 | Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian..... | 58 |
| 4.6.2 | Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian..... | 59 |
| 4.6.3 | Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian..... | 60 |
| 4.6.4 | Koefisien Determinasi (R^2)..... | 61 |
| 4.7 | Implikasi Penelitian..... | 62 |
| 4.7.1 | Praktis..... | 62 |
| 4.7.2 | Teoritis..... | 62 |
| 4.8 | Keterbatasan Penelitian..... | 62 |
| BAB V PENUTUP..... | | 65 |
| 5.1 | Simpulan..... | 65 |
| 5.2 | Saran..... | 65 |
| 5.2.1 | Praktis..... | 65 |
| 5.2.2 | Akademis..... | 66 |

| | |
|---------------------|----|
| DAFTAR PUSTAKA..... | 67 |
| LAMPIRAN..... | 77 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3. 1 Tabel skala Likert | 30 |
| Tabel 3. 2 Tabel Nilai alpha Cronbach | 37 |
| Tabel 4. 1 Tabel karakteristik responden berdasarkan usia..... | 42 |
| Tabel 4. 2 Tabel karakteristik responden berdasarkan berapa kali membeli | 43 |
| Tabel 4. 3 Tabel distribusi frekuensi variabel..... | 44 |
| Tabel 4. 4 Tabel analisis deskriptif variabel kepercayaan konsumen..... | 45 |
| Tabel 4. 5 Tabel analisis deskriptif variabel kualitas produk | 46 |
| Tabel 4. 6 Tabel analisis deskriptif variabel viral marketing..... | 47 |
| Tabel 4. 7 Tabel analisis deskriptif variabel keputusan pembelian | 48 |
| Tabel 4. 8 Tabel uji validitas | 50 |
| Tabel 4. 9 Tabel uji realibilitas | 52 |
| Tabel 4. 10 Tabel uji normalitas | 53 |
| Tabel 4. 11 Tabel uji multikoloniritas..... | 54 |
| Tabel 4. 12 Tabel uji heteroskedastisitas | 54 |
| Tabel 4. 13 Tabel analisis regresi linier berganda | 55 |
| Tabel 4. 14 Tabel uji t..... | 56 |
| Tabel 4. 15 Tabel uji koefisien determinasi | 58 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Marketplace dengan pengunjung terbanyak kuartal I 2023..... | 3 |
| Gambar 2. 1 Kerangka konseptual | 25 |
| Gambar 4. 1 Logo Shopee..... | 41 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 pernyataan variable kepercayaan konsumen (X1) | 79 |
| Lampiran 2 pernyataan variabel kualitas produk (X2)..... | 80 |
| Lampiran 3 Pernyataan untuk Variabel viral marketing (X3) | 81 |
| Lampiran 4 Pernyataan untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... | 82 |
| Lampiran 5 Tabulasi Hasil Kuesioner Berdasarkan Usia | 84 |
| Lampiran 6 Tabulasi Hasil Kuesioner Berdasarkan Frekuensi Pembelian..... | 84 |
| Lampiran 7 Tabulasi Hasil Kuesioner kepercayaan konsumen (X1) | 85 |
| Lampiran 8 Tabulasi Hasil Kuesioner Kualitas Produk (X2)..... | 89 |
| Lampiran 9 Tabulasi Hasil Kuesioner Viral Marketing (X3) | 92 |
| Lampiran 10 Tabulasi Hasil Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)..... | 95 |
| Lampiran 11 Uji Validitas kepercayaan konsumen (X1)..... | 99 |
| Lampiran 12 Uji Validitas Kualitas Produk (X2) | 100 |
| Lampiran 13 Uji Validitas Viral Marketing (X3) | 101 |
| Lampiran 14 Uji Validitas kepercayaan konsumen (Y) | 103 |
| Lampiran 15 Uji Realibilitas | 106 |
| Lampiran 16 Uji Asumsi Klasik Normalitas | 106 |
| Lampiran 17 Uji Multikolinearitas..... | 107 |
| Lampiran 18 Uji heteroskedastisitas | 108 |
| Lampiran 19 Uji regresi linier berganda | 108 |
| Lampiran 20 Uji t..... | 109 |
| Lampiran 21 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)..... | 109 |
| Lampiran 22 Kartu Bimbingan | 110 |
| Lampiran 23 Hasil Cek Turnitin Perpustakaan | 111 |