

# **PENGARUH *ONLINE SHOPPING CARNIVAL* TERHADAP NIAT PEMBELIAN DI SHOPEE**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Tugas Akhir**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh:**

**Abigail Conny Putri Gutama**

**NPM: 170323491**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2021**

**Skripsi**

**PENGARUH *ONLINE SHOPPING CARNIVAL*  
TERHADAP NIAT PEMBELIAN DI SHOPEE**



**Disusun Oleh:**

**Abigail Conny Putri Gutama**

**NPM: 170323491**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing:**

**Wenefrida Mahestu N Krisjanti., SE., M.Sc.IB, Ph.D**

**14 Juni 2021**



**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

**SURAT KETERANGAN**

No. 673/J/1

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Senin, 5 Juli 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

1. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB., Ph.D. (Ketua Penguji)
2. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. (Anggota)
3. Agnes Gracia Quita, SE., M.Sc. (Anggota)

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Abigail Conny Putri Gutama

NPM : 170323491

Dinyatakan  
Lulus Tanpa Revisi

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



**Dasa Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **PENGARUH *ONLINE SHOPPING CARNIVAL* TERHADAP NIAT PEMBELIAN DI SHOPEE**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Juni 2021

Yang menyatakan



Abigail Conny Putri Gutama

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas segala rahmat dan kebaikan Tuhan Yesus Kristus atas kebaikannya penulis dimampukan untuk mengerjakan dan menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH *ONLINE SHOPPING CARNIVAL* TERHADAP NIAT PEMBELIAN DI SHOPEE” sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Tak terlepas dari sebuah kekurangan dan kesalahan, penulis menyadari bahwa masih banyaknya kesalah dan kekurangan yang disebabkan keterbatasan kemampuan dari penulis. Namun besar harapannya agar penelitian ini dapat berguna bagi penulis sendiri, masyarakat luas, dan penelitian di masa yang akan datang.

Dalam proses penulisan skripsi ini tak lepas dari kesulitan. Akan tetapi penulis mendapat dukungan, doa, harapan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala hormat dan penuh kerendahan hati penulis ingin menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Wenefrida Mahestu N Krisjanti., SE., M.Sc.IB, Ph.D selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan yang terbaik dan bersedia meluangkan waktu, serta semangat dari awal proses pembuatan skripsi hingga akhir.
2. Kepada seluruh keluarga penulis (Handoko Gutama, Liem Ay Fan, Liem King Lian, dan Abednego Donny) yang selalu memberikan dukungan dan doa bagi penulis.
3. Untuk teman-teman penulis yang selalu ada untuk mendukung dan mendoakan agar penulis tetap termotivasi dalam menjalani proses penulisan skripsi.
4. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan semangat, doa, dan dorongan.

Penulis juga menyadari masih banyaknya kesalahan dan kekurangan dalam penelitian dan skripsi ini, oleh karena itu penulis dengan kerendahan hati memohon maaf bila masih

banyak kekurangan dalam penulisan dan proses pengolahan data. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap segala bentuk kritik dan saran yang membangun dalam penyempurnaan skripsi melalui email penulis [aconny6@gmail.com](mailto:aconny6@gmail.com).



Yogyakarta, 14 Juni 2021

Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end, representing the name Abigail Conny Putri Gutama.

Abigail Conny Putri Gutama

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN.....</b>	iii
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	iv
<b>DAFTAR ISI.....</b>	vi
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	ix
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	xi
<b>BAB I.....</b>	1
<b>PENDAHULUAN .....</b>	1
<b>1.1. Latar Belakang Masalah .....</b>	1
<b>1.2. Rumusan Masalah .....</b>	5
<b>1.3. Tujuan Penelitian.....</b>	5
<b>1.4. Manfaat Penelitian.....</b>	6
<b>1.5. Lingkup Penelitian.....</b>	7
<b>1.6. Sistematika Penulisan.....</b>	7
<b>BAB II.....</b>	9
<b>LANDASAN TEORI .....</b>	9
<b>2.1. Pemasaran Festival .....</b>	9
<b>2.1.1. Pengertian Pemasaran Festival.....</b>	9
<b>2.1.2. Variabel Pemasaran Festival .....</b>	10
<b>2.2. Motivasi Pengguna.....</b>	13
<b>2.3. Niat Pembelian .....</b>	15
<b>2.4. Penelitian Terdahulu .....</b>	16
<b>2.5. Pengembangan Hipotesis .....</b>	17
<b>2.5. Model Penelitian .....</b>	20
<b>BAB III.....</b>	21
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	21
<b>3.1. Lokasi Penelitian.....</b>	21
<b>3.2. Populasi dan Sample.....</b>	21
<b>3.2.1. Populasi.....</b>	21

3.2.2. Sampel.....	21
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	22
3.4. Metode Pengukuran Data .....	22
3.5. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	23
3.6. Metode Analisis Data.....	25
3.6.1. <i>Structural Equation Model</i> .....	25
3.6.1. Analisis Model Pengukuran Struktural ( <i>Outer Model</i> ).....	27
3.6.2. Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	31
3.6.3. Model Analisis Persamaan Struktural .....	33
3.6.4. Uji Hipotesis.....	33
3.7. Pilot Studi .....	34
BAB IV .....	36
ANALISI DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	36
4.1. Penjelasan Penelitian.....	36
4.2. Analisis Karakteristik Demografi.....	36
4.2.1. Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
4.2.2. Presentase Responden Berdasarkan Usia.....	37
4.3. Analisis Structural Equation Modeling / Partial Least Square .....	38
4.3.1. Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	38
4.3.2. Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	43
4.4 Pengaruh Variabel Hipotesis .....	45
4.4.1. Pengaruh Variabel Persepsi Kegunaan Berpengaruh Terhadap Niat Pembelian di Shopee .....	45
4.4.2. Pengaruh Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Terhadap Niat Pembelian di Shopee .....	46
4.4.3. Pengaruh Variabel Persepsi Risiko Berpengaruh Terhadap Niat Pembelian di Shopee .....	47
4.4.4. Pengaruh Variabel Persepsi Kegunaan yang Dimoderasi Pemasaran Festival terhadap Niat Pembelian di Shopee.....	47
4.4.5. Pengaruh Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan yang Dimoderasi Pemasaran Festival terhadap Niat Pembelian di Shopee .....	48
4.4.6. Pengaruh Variabel Persepsi Risiko yang Dimoderasi Pemasaran Festival terhadap Niat Pembelian di Shopee.....	48
BAB V .....	50
PENUTUP.....	50
5.1. Kesimpulan.....	50

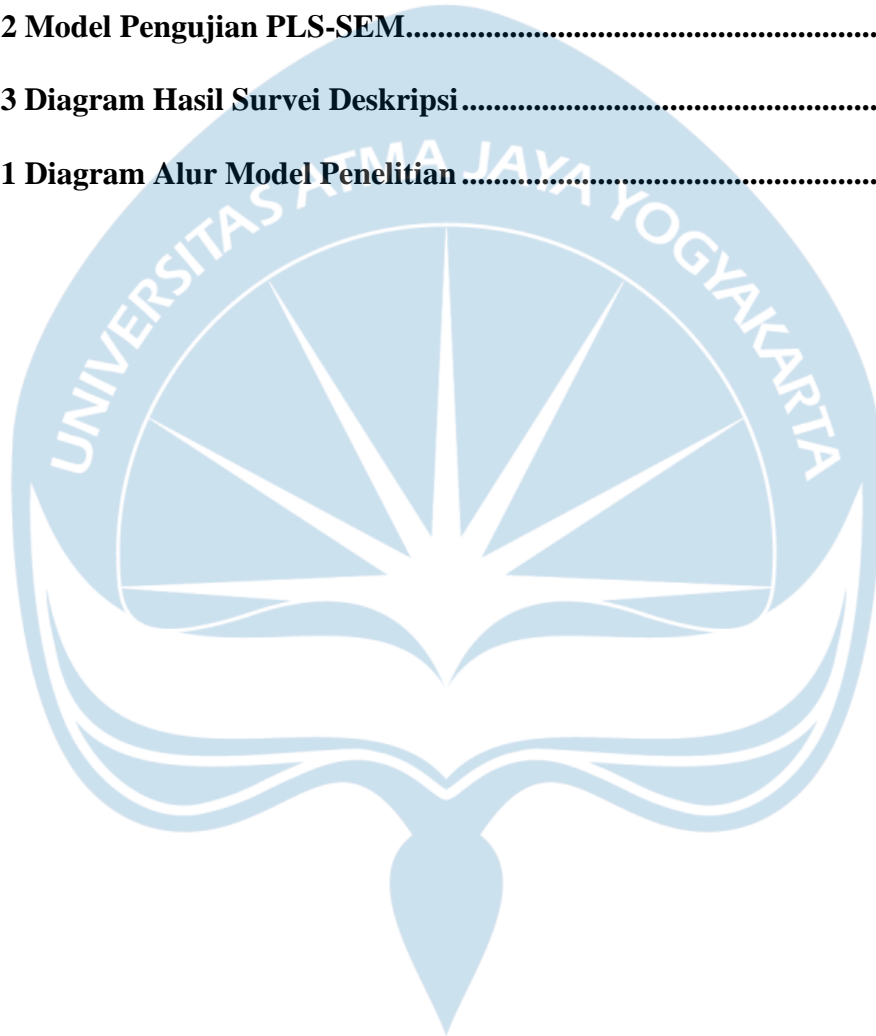


	ix
<b>5.2. Implikasi Manajerial .....</b>	<b>50</b>
<b>5.3. Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>52</b>
<b>5.4. Saran .....</b>	<b>52</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>53</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>58</b>



**DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 1. 1 Nominal Transaksi E-Commerce (2017-2020).....</b>	<b>2</b>
<b>Gambar 1. 2 Alasan Konsumen Berbelanja Daring .....</b>	<b>3</b>
<b>Gambar 1. 3 Contoh Salah Satu Shopping Carnival Shopee.....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 3. 1 Contoh Model Konstruksi Reflektif dan Formatif.....</b>	<b>26</b>
<b>Gambar 3. 2 Model Pengujian PLS-SEM.....</b>	<b>33</b>
<b>Gambar 3. 3 Diagram Hasil Survei Deskripsi.....</b>	<b>35</b>
<b>Gambar 4. 1 Diagram Alur Model Penelitian .....</b>	<b>38</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>16</b>
<b>Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....</b>	<b>23</b>
<b>Tabel 3. 2 Rule of Thumb.....</b>	<b>29</b>
<b>Tabel 3. 3 Klasifikasi Prediksi R-Square.....</b>	<b>31</b>
<b>Tabel 3. 4 Rule of Thumb Q Square.....</b>	<b>32</b>
<b>Tabel 4. 1 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 4. 2 Presentase Responden Berdasarkan Usia.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 4. 3 Loading Factor (Pertama).....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 4. 4 Loading Factor Setelah Penghapusan Item (Kedua).....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 4. 5 Average Variance Extracted (AVE).....</b>	<b>41</b>
<b>Tabel 4. 6 Cross Loading.....</b>	<b>41</b>
<b>Tabel 4. 7 Nilai Cronbanch's Alpha dan Composite Reliability.....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 4. 8 Nilai R-Square Adjusted.....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 4. 9 Tabel Nilai Prediction Relevance (Q Square).....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 4. 10 Koefisien Jalur.....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4. 11 Rangkuman Hasil Penelitian.....</b>	<b>45</b>

**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....</b>	<b>58</b>
<b>Lampiran 2: Jawaban Responden.....</b>	<b>60</b>
<b>Lampiran 3: Hasil PLS Algorithm .....</b>	<b>68</b>
<b>Lampiran 4: Hasil Bootstrapping .....</b>	<b>71</b>
<b>Lampiran 5: Hasil Blindfolding.....</b>	<b>72</b>



**PENGARUH *ONLINE SHOPPING CARNIVAL* TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
DI SHOPEE**

**Abigail Conny Putri Gutama**

**Wenefrida Mahestu N. Krisjanti., SE., M.Sc.IB, Ph.D**

**Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**Jl. Babarsari No. 43-44, Yogyakarta.**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi pengguna yang terdiri dari sub variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap niat pembelian di Shopee yang dimoderasi oleh pemasaran festival dengan sub variabel suasana festival, batasan waktu, dan diskon harga. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian ini adalah pengguna Shopee yang pernah melakukan pembelian di Shopee selama 6 bulan terakhir. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel 202 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Pengolahan data menggunakan *software* SmartPLS 3.3.3. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat pembelian di Shopee serta persepsi risiko yang dimoderasi oleh pemasaran festival berpengaruh positif terhadap niat pembelian di Shopee.

**Kata kunci:** Motivasi Pengguna, Pemasaran Festival, Niat Pembelian