

**PENGARUH *CONSUMER ENGAGEMENT*, *BRAND TRUST*,  
DAN *PERFORMANCE EXPECTATION* TERHADAP  
*PURCHASE INTENTION* DI TOKOPEDIA**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**



**Disusun Oleh :**

**Bathara Axel Ananta Setiawan**

**NPM : 170323435**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**2021**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *CONSUMER ENGAGEMENT*, *BRAND TRUST*,  
DAN *PERFORMANCE EXPECTATION* TERHADAP  
*PURCHASE INTENTION* DI TOKOPEDIA**

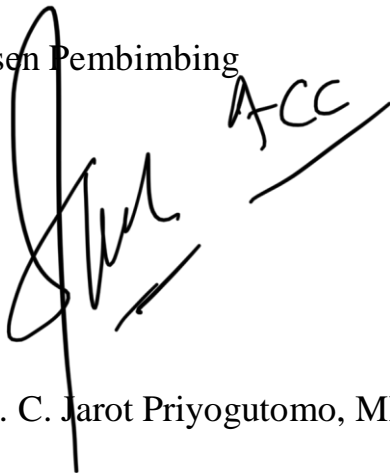
Disusun oleh :

Bathara Axel Ananta Setiawan

NPM : 170323435

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

The image shows a handwritten signature in black ink, which appears to be 'C. Jarot Priyogutomo'. To the right of the signature, the initials 'ACC' are written in a stylized, bold font. There are also some horizontal lines drawn below the signature and initials.

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Tanggal 7 November 2021



**SURAT KETERANGAN**  
**No. 1337/J/I**

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Senin, 13 Desember 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. Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI.        | (Anggota)      |

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

Nama : Bathara Axel Ananta Setiawan  
NPM : 170323435

Dinyatakan  
**Lulus Tanpa Revisi**

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

Dekan,

  
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Alamat  
Kampus III Gedung Bonaventura  
Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281  
URL  
<https://fbe.uajy.ac.id>

Kontak  
Telepon : +62-274-487711 ext. 3120, 3127  
Fax : +62-274-485227  
Surel : [fbe@uajy.ac.id](mailto:fbe@uajy.ac.id)



## PERNYATAAN

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

**PENGARUH *CONSUMER ENGAGEMENT*, *BRAND TRUST*,  
DAN *PERFORMANCE EXPECTATION* TERHADAP  
*PURCHASE INTENTION* DI TOKOPEDIA**

benar – benar karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/catatan kaki/ 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, 7 November 2021

Yang menyatakan,



Bathara Axel Ananta Setiawan

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang telah diberikan, serta penyertaan dan kasih karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Consumer Engagement, Brand Trust, dan Performance Expectation Terhadap Purchase Intention Di Tokopedia*” ini dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus penulis penuhi untuk dapat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Berkat dari Tuhan juga dicurahkan melalui banyak orang yang telah memberikan bimbingan, dukungan, motivasi, serta doa kepada penulis untuk dapat mampu menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak – pihak yang telah memberikan doa, dukungan, bantuan, dan motivasi yaitu kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, berkat-Nya, saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik serta saya dapat melewati halangan dan batasan – batasan yang tidak dapat saya lampau. Serta selalu membimbing saya, dengan berkat rahmatNya yang amat besar kepada saya.
2. Orang tua dan kakak kandung saya, berkat dukungannya saya dibekali beragam fasilitas dan dapat berkuliah di FBE UAJY. Serta beragam motivasi, kasih sayang, pengetahuan, bimbingan, arahan, nasihat, doa dan beragam hal lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang selalu dipanjatkan kepada saya tanpa lelah dan henti – hentinya,

sehingga saya bisa bertumbuh dan berpengetahuan dengan penuh nikmat selama saya menjalani kehidupan di dunia kuliah ini.

3. Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. Sebagai dosen pembimbing skripsi saya yang telah memberikan saya ilmu, pengalaman, ide – ide, dukungan, kesempatan, semangat, serta mengorbankan waktu, tenaga, dan beragam macam pengorbanan lainnya yang beliau berikan dan tidak saya ketahui sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Ibu Prof. Dr. Sheellyana Junaedi MF.,SE.,M.Si sebagai dosen pembimbing akademik saya yang telah memberikan saya bimbingan selama waktu perkuliahan, ide kreatif dan dukungan moral maupun motivasi kepada saya, sehingga saya dapat menjadi pribadi yang baik dan unggul selama berkuliah di FBE UAJY.
5. Seluruh dosen, karyawan, staff FBE UAJY, yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan ilmu, waktu, semangat, dukungan serta doa selama menempuh pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
6. Saudari Ignatia Inge L, yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan banyak dukungan, pengorbanan, dan doa kepada saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, sehingga saya dapat menyelesaikan dengan baik tugas dan tanggung jawab saya sebagai mahasiswa di FBE UAJY.

7. Teman – teman Salah Universitas, Devish, Bryan, Emon, Acin, Vano, Paulo, Yosafat, Ginting, Ferdin atas dukungan, bantuan, bimbingan dan doanya kepada saya selama berkuliah di FBE UAJY.
8. Sahabat Kadipiro, Nolan, Awan, Fano, Vico yang selalu mendukung, dan mendorong saya untuk maju sehingga saya dapat menyelesaikan tanggung jawab saya selama saya berkuliah di FBE UAJY.
9. Teman – teman Rawuh, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang memberikan doa dan dukung sehingga saya dapat menyelesaikan tanggung jawab saya selama saya berkuliah di FBE UAJY.
10. Teman – teman, Hendra, Steven, Gebi, dan seluruh rekan yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan penuh hikmat.
11. Para responden yang telah memberikan bantuan dengan mengisi kuisisioner penelitian ini.
12. Teman – teman mahasiswa angkatan 2017, terima kasih atas semua pelajaran yang sudah dilewati.
13. Teman – teman HMPSM yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, juga membantu serta memberikan dukungan dan doa agar terselesaikannya penelitian ini dengan baik.
14. Seluruh rekan mahasiswa / mahasiswi dari berbagai angkatan, maupun rekan lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya menyelesaikan skripsi ini.

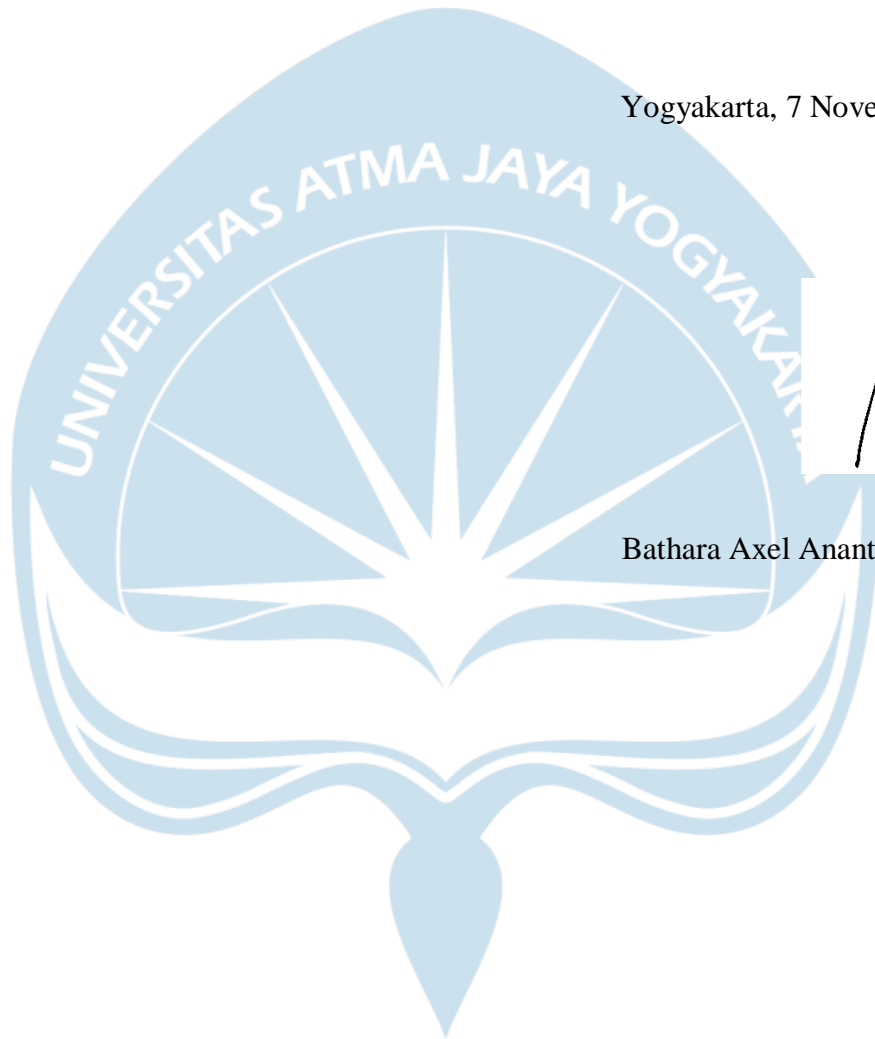
Semoga Tuhan membalas kasih yang telah diberikan kepada saya, serta disertai dan diberkati terhadap jalan yang akan dilampaui bapak, ibu, dan saudara / saudari sekalian, terima kasih.

Yogyakarta, 7 November 2021

Penulis,



Bathara Axel Ananta Setiawan





## MOTTO

**“SATU SATUNYA BATASAN ADALAH BATASAN PIKIRAN  
YANG DI AKUI”**

-Bathara Axel Ananta S-

# DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	13
1.5 Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>16</b>
2.1 Kajian Teori.....	16
2.1.1 Pengertian Consumer Engagement .....	16
2.1.2 Pengertian Brand Trust.....	19
2.1.3 Pengertian Performance Expectation .....	22
2.1.4 Pengertian Niat Pembelian .....	24
2.2 Penelitian Terdahulu .....	26
2.3 Hipotesis Penelitian .....	32
2.4 Kerangka Penelitian.....	38
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
3.1 Tempat, Waktu, Objek dan Subjek Penelitian.....	40
3.2 Desain Penelitian .....	40

3.3	Populasi, Sampel dan Jumlah Sampel.....	41
3.3.1	Batasan Masalah .....	42
3.3	Definisi Operasional dan Variabel Penelitian.....	43
3.5	Metode Pengumpulan Data .....	47
3.6	Metode Pengukuran Data .....	48
3.7	Metode Pengujian Instrumen.....	49
3.7.1	Uji Validitas.....	49
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	50
3.8	Metode Analisis Data.....	52
3.8.1	Analisis Deskriptif Statistik .....	52
3.8.2	Analisis Structural Equation Modeling .....	54
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>57</b>
4.1	Karakteristik Demografi Responden.....	57
4.2	Analisis Rata – Rata Aritmatik .....	60
4.2.1	Deskripsi Rata – Rata Aritmatik Responden Pada Variabel Consumer Engagement .....	62
4.2.2	Deskripsi Rata – Rata Aritmatik Responden Pada Variabel Brand Trust .....	63
4.2.3	Deskripsi Rata – Rata Aritmatik Responden Pada Variabel Performance Expectation .....	64
4.2.4	Deskripsi Rata – Rata Aritmatik Responden Pada Variabel Purchase Intention .....	66
4.3	Analisis Structural Equation Modeling .....	67
4.3.1	Evaluasi Goodness of Fit-Menilai Outer Model .....	67
4.3.2	Pengujian Hipotesis.....	74
4.4	Pembahasan.....	79
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>83</b>
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Implikasi Manajerial .....	85
5.3	Keterbatasan Penelitian dan Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>89</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>94</b>

## DAFTAR GAMBAR

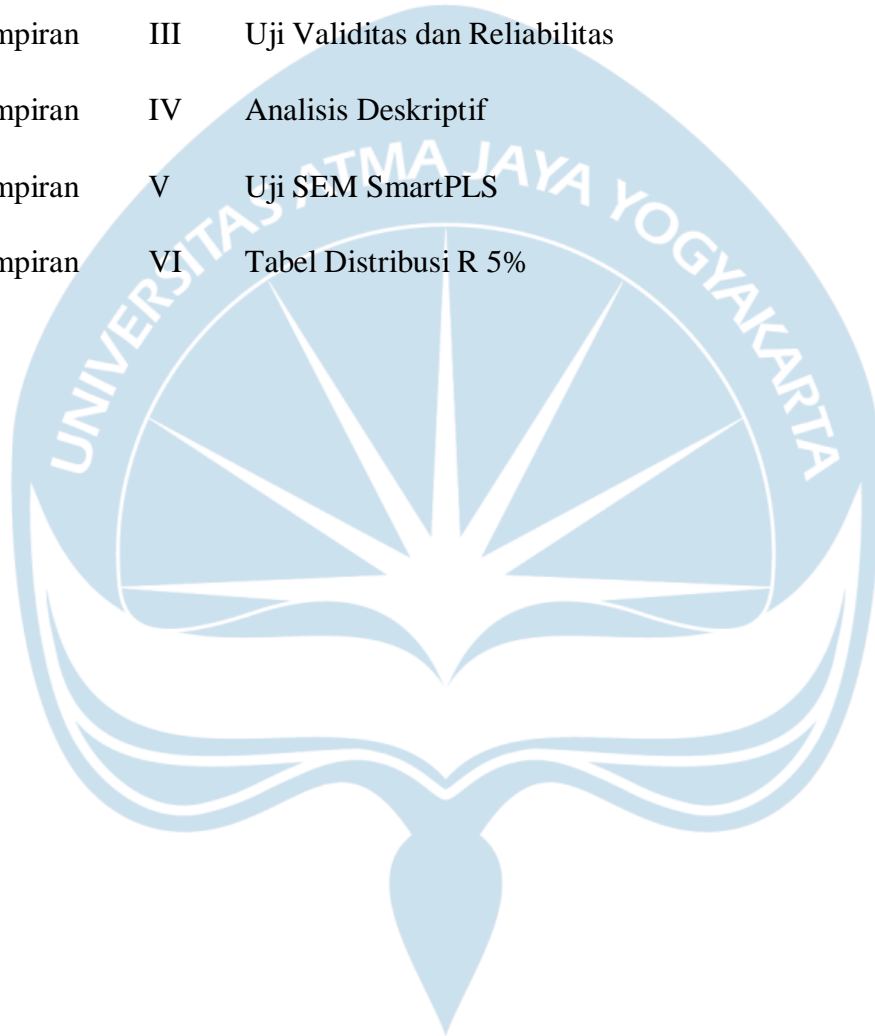
	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet Berdasarkan Provinsi .....	2
Gambar 1.2 Negara dengan Presentase Penggunaan E-Commerce Tertinggi di Dunia.....	4
Gambar 1.3 Peta Persaingan E-Commerce Indonesia pada Kuartal II-2020 .....	5
Gambar 1.4 Nilai Transaksi Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee 2014-2023.....	10
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	39
Gambar 4.1 Model Hubungan Antar Variabel Hasil Penelitian .....	78

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.2 Definisi Operasional Penelitian.....	44
Tabel 3.2 Uji Validitas .....	49
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.3 Distribusi Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	58
Tabel 4.4 Distribusi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
Tabel 4.5 Distribusi Profil Responden Berdasarkan Usia .....	59
Tabel 4.6 Distribusi Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4.7 Distribusi Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pengeluaran Belanja .....	60
Tabel 4.6 Deskripsi Rata – Rata Aritmatik Responden Pada Variabel <i>Consumer Engagement</i> .....	62
Tabel 4.7 Deskripsi Rata – Rata Aritmatik Responden Pada Variabel <i>Brand Trust</i> .....	63
Tabel 4.8 Deskripsi Rata – Rata Aritmatik Responden Pada Variabel <i>Performance Expectation</i> .....	64
Tabel 4.9 Deskripsi Rata – Rata Aritmatik Responden Pada Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	66
Tabel 4.80 <i>Outer Loading (Measurement Model)</i> .....	68
Tabel 4.11 <i>Cross Loading</i> .....	70
Tabel 4.12 <i>Construct Reliability &amp; Validity</i> .....	72
Tabel 4.13 <i>Nilai R-Square dan Adjusted R-Square</i> .....	73
Tabel 4.14 <i>Path Coefficient</i> .....	75

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuisisioner Penelitian
Lampiran	II	Data Penelitian
Lampiran	III	Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran	IV	Analisis Deskriptif
Lampiran	V	Uji SEM SmartPLS
Lampiran	VI	Tabel Distribusi R 5%



**PENGARUH *CONSUMER ENGAGEMENT*, *BRAND TRUST*,  
DAN *PERFORMANCE EXPECTATION* TERHADAP  
*PURCHASE INTENTION* DI TOKOPEDIA**

**Disusun oleh :**

**Bathara Axel Ananta Setiawan**

**NPM : 170323435**

**Dosen Pembimbing :**

**Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.**

**ABSTRAK**

Agar hidup dapat berkelanjutan, maka perusahaan harus terus mempertahankan dan berinovasi untuk meningkatkan pelanggannya. Perusahaan harus dapat menentukan strategi yang tepat dalam perkembangan zaman yang cepat ini, sehingga perusahaan menjadi *sustainable* dalam menjalankan bisnisnya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis tentang pengaruh *consumer engagement*, *brand trust*, dan *performance expectation* terhadap niat pembelian di Tokopedia. Pada penelitian ini berisikan 200 sampel konsumen yang pernah mengunjungi dan menggunakan Tokopedia sebagai media berbelanja *online*, dengan menggunakan metode sampling *purposive sampling*, dan metode pengukuran data menggunakan skala Likert. Metode analisis data yang digunakan adalah *structural equation modelling* menggunakan program SmartPLS. Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa: 1) *Consumer engagement* berpengaruh

pada *brand trust* dan *purchase intention*. 2) *Brand trust* berpengaruh pada *performance expectation* dan *purchase intention*. 3) *Performance expectation* berpengaruh pada *purchase intention*.

**Kata kunci** : *consumer engagement, brand trust, performance expectation, purchase intention.*

