

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STICKINESS DAN  
WORD OF MOUTH PADA APLIKASI SHOPEE BAGI MAHASISWA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana**

**Manajemen (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:**

**Yulio Rafael Anggoro Lukito**

**NPM 190325144**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

**SKRIPSI**

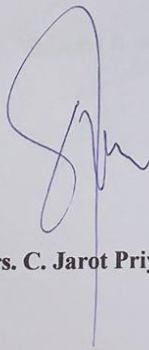
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *STICKINESS* DAN *WORD OF MOUTH* PADA APLIKASI SHOPEE BAGI MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**Disusun Oleh : Yulio Rafael Anggoro Lukito**

**NPM : 190325144**

**Telah dibaca dan disetujui oleh :**

**Pembimbing**



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

**13 Juli 2023**

Skripsi

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *STICKINESS* DAN *WORD OF MOUTH* PADA APLIKASI SHOPEE BAGI MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yulio Rafael Anggoro Lukito

NPM: 19 03 25144

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

pada tanggal 15 Agustus 2023

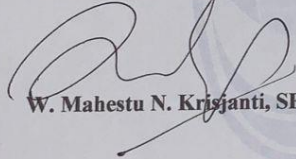
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

Program Studi Manajemen

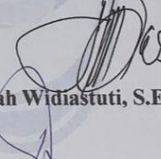
**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**



W. Mahestu N. Krisjanti, SE., MSc.IB., Ph.D.

**Anggota Panitia Penguji**



Th. Diah Widiasfuti, S.E., M.Si.

Drs. C. Jarot Priyogutomo., MBA.

Yogyakarta, 15 Agustus 2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



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

FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

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

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STICKINESS DAN *WORD OF MOUTH* PADA APLIKASI SHOPEE BAGI MAHASISWA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

Merupakan penelitian yang dilakukan oleh saya sendiri. Ide, kutipan, dan pernyataan bersumber dari tulisan atau ide orang lain yang dinyatakan secara tertulis dan disertakan dalam daftar Pustaka pada penelitian skripsi ini. Apabila penelitian skripsi yang saya ciptakan ini terbukti melakukan plagiasi, baik sebagian maupun seluruhnya, saya akan bersedia melepaskan gelar dan mengembalikan ijazah yang saya dapatkan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 Juli 2023

Yang Menyatakan,



Yulio Rafael Anggoro Lukito

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat, kasih, berkat, dan lindungan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Stickiness dan *Word of Mouth* pada Aplikasi Shopee bagi Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta”. Dalam menyelesaikan skripsi ini, tentunya penulis mendapat bantuan dan dukungan dari beberapa pihak secara sukarela. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai, memberikan berkat dan kesehatan, melindungi, dan memberikan pertolongan dalam mengerjakan skripsi hingga dapat terselesaikan.
2. Papa, Mama, dan Kakak yang selalu membantu memberikan dukungan agar skripsi dapat terselesaikan dengan baik dan lulus dengan hasil yang memuaskan.
3. Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. Selaku dosen pembimbing yang membantu meluangkan waktu untuk melaksanakan bimbingan dengan memberikan saran dan masukan dalam pengerjaan skripsi ini hingga selesai.
4. Felicia Sharon Kilis selaku pacar penulis yang selalu menemani dan memberikan dukungan supaya selalu optimis dalam mengerjakan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Keluarga besar PARTY FUNKY dan FUNKIES FAMILY yang senantiasa memberikan dukungan dan doa hingga akhirnya skripsi dapat terselesaikan.

6. Keluarga besar OMKEZHA yang senantiasa memberikan dukungan, doa, saran, dan masukan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Teman saya Albert, Sitep, Nuel, dan Bagus yang senantiasa memberikan dukungan dan doa agar skripsi dapat terselesaikan.
8. Keluarga besar REMONSTECH ft. AJM SPEED yang senantiasa memberikan dukungan dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Keluarga besar YOUTH IMMANUEL SLAWI yang senantiasa membantu memberikan dukungan dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Keluarga besar SOCIAL BOYS 55 yang senantiasa membantu memberikan dukungan dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman seperbimbingan skripsi yang membantu memberikan masukan dan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Responden yang meluangkan waktu untuk membantu mengisi kuesioner yang dibagikan oleh penulis untuk kepentingan skripsi.
13. Seluruh pihak yang belum dapat disebutkan namanya yang telah membantu dalam hal apapun mengenai skripsi ini hingga dapat diselesaikan dengan baik.

Semoga Tuhan selalu memberkati dan meyertai segala kebaikan yang dilakukan oleh semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis sadar bahwa banyak ketidaksempurnaan yang terdapat pada skripsi ini. Maka dari itu, penulis berharap adanya kritik dan saran yang

membangun supaya dapat berguna bagi penulis maupun pembaca di kemudian hari.

Yogyakarta, 11 Juli 2023

Penulis



Yulio Rafael Anggoro Lukito



## MOTTO

**“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberikan kekuatan kepadaku.”**

**(Filipi 4:13)**

**“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur”**

**(Filipi 4:6)**

**“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.”**

**(Ridwan Kamil)**

***“The criticism I received only served to make me a stronger person.”***

**(David de Gea)**

**“Untuk apa takut berbeda jika semua orang terlihat sama.”**

**(Unknown)**

## DAFTAR ISI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STICKINESS DAN <i>WORD OF MOUTH</i> PADA APLIKASI SHOPEE BAGI MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
MOTTO .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    LATAR BELAKANG.....	1
1.2    RUMUSAN MASALAH.....	3
1.3    TUJUAN PENELITIAN.....	4
1.4    MANFAAT PENELITIAN.....	6
1.5    SISTEMATIKA PENULISAN.....	7
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI.....	9
2.1    LANDASAN TEORI .....	9
2.1.1    Ekonomi.....	9
2.1.2    Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.3 <i>E-commerce</i> .....	11
2.1.4 <i>Perceived Ubiquity</i> .....	11
2.1.4 <i>Perceived Informativeness</i> .....	12
2.1.5 <i>Perceived Personalization</i> .....	12
2.1.6 <i>Word of Mouth (WoM)</i> .....	13
2.2    PENELITIAN TERDAHULU YANG RELEVAN .....	15
2.3    PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	22

2.3.1	<i>Perceived ubiquity</i> pada aplikasi Shopee akan memiliki pengaruh yang positif terhadap kegunaan aplikasi Shopee dan hubungan kenyamanan pengguna.....	22
2.3.2	<i>Perceived informativeness</i> akan memiliki pengaruh yang positif terhadap kegunaan aplikasi Shopee dan hubungan kenyamanan pengguna..	23
2.3.3	<i>Perceived personalization</i> akan memiliki pengaruh yang positif terhadap kegunaan aplikasi Shopee dan hubungan kenyamanan pengguna..	25
2.3.4	Kegunaan aplikasi Shopee akan memiliki pengaruh yang positif terhadap <i>stickiness</i> dan <i>Word of Mouth</i> terhadap aplikasi Shopee. ....	26
2.3.5	Hubungan kenyamanan pengguna akan memiliki pengaruh yang positif terhadap <i>stickiness</i> dan <i>Word of Mouth</i> di aplikasi Shopee.....	27
2.3.6	<i>Stickiness</i> akan memiliki pengaruh yang positif terhadap <i>Word of Mouth</i> terhadap di Shopee. ....	28
2.5	KERANGKA TEORI.....	29
BAB III .....		30
METODOLOGI PENELITIAN.....		30
3.1	DESAIN PENELITIAN .....	30
3.2	DATA DAN SUMBER DATA.....	31
3.3	POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN .....	31
3.4	METODE PENGAMBILAN SAMPEL .....	32
3.5	LOKASI, SUBJEK, DAN OBJEK PENELITIAN .....	32
3.6	DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL .....	33
3.7	METODE ANALISIS DATA .....	40
3.7.1	Analisis Karakteristik Demografi Responden.....	40
3.7.2	Analisis Structural Equation Modeling (SEM) .....	40
3.7.3	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	41
3.7.4	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	42
BAB IV .....		44
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		44
4.1	PELAKSANAAN PENELITIAN .....	44
4.2	ANALISIS KARAKTERISTIK RESPONDEN .....	44
4.3	ANALISIS STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM).....	46

4.3.1	Evaluasi <i>Outer Model</i> atau Model Pengukuran .....	46
4.3.2	Analisis <i>Inner Model</i> atau Model Struktural .....	53
4.3.3	Uji Hipotesis .....	55
4.4	PEMBAHASAN .....	61
BAB V	.....	67
KESIMPULAN DAN SARAN	.....	67
5.1	KESIMPULAN .....	67
5.2	SARAN .....	69
5.2.1	Bagi Perusahaan Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta .....	69
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya .....	70
5.3	KETERBATASAN PENELITIAN .....	70
5.4	IMPLIKASI MANAJERIAL .....	70
DAFTAR PUSTAKA	.....	72
LAMPIRAN	.....	75



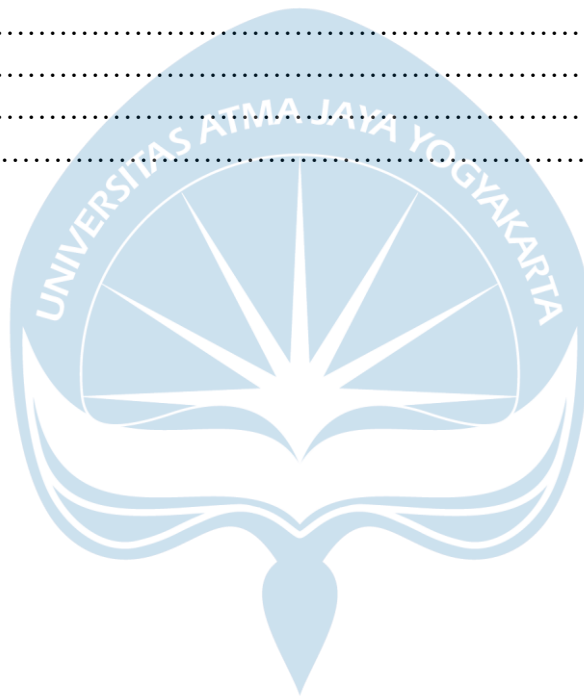
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengunjung Situs e-commerce per Agustus 2022 .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	29
Gambar 4.1 Diagram jalur dengan nilai <i>Loading Factor</i> .....	56



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	24
Tabel 3.1.....	42
Tabel 4.1.....	54
Tabel 4.2.....	55
Tabel 4.3.....	57
Tabel.4.4.....	59
Tabel 4.5.....	60
Tabel 4.6.....	60
Tabel 4.7.....	61
Tabel 4.8.....	62
Tabel 4.9.....	63
Tabel 4.10.....	65



## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *stickiness* dalam menggunakan aplikasi Shopee yang memungkinkan terjadinya pemasaran *Word of Mouth* bagi para pengguna aplikasi Shopee itu sendiri. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai bahan penelitian untuk mencari data melalui responden. Responden yang didapatkan berjumlah 299 responden mendukung dan 2 responden tidak mendukung melalui teknik *purposive sampling*. Penelitian dilakukan dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan bantuan aplikasi *software SmartPLS 4.0*. Hasil dari penelitian yang dilakukan, yaitu: (1) *perceived ubiquity* memiliki pengaruh positif terhadap kegunaan aplikasi Shopee dan kenyamanan pengguna, (2) *perceived informativeness* tidak memiliki pengaruh terhadap kegunaan aplikasi Shopee, tetapi memiliki pengaruh positif terhadap kenyamanan pengguna, (3) *perceived personalization* memiliki pengaruh positif terhadap kegunaan aplikasi Shopee dan kenyamanan pengguna, (4) kegunaan aplikasi Shopee memiliki pengaruh positif terhadap *stickiness*, tetapi tidak memiliki pengaruh terhadap *word of mouth*, (5) kenyamanan pengguna memiliki pengaruh positif terhadap *stickiness* dan *word of mouth*, (6) *stickiness* memiliki pengaruh positif terhadap *word of mouth*.

Kata Kunci: Shopee, *word of mouth*, *purposive sampling*, *Structural Equation Modeling (SEM)*.