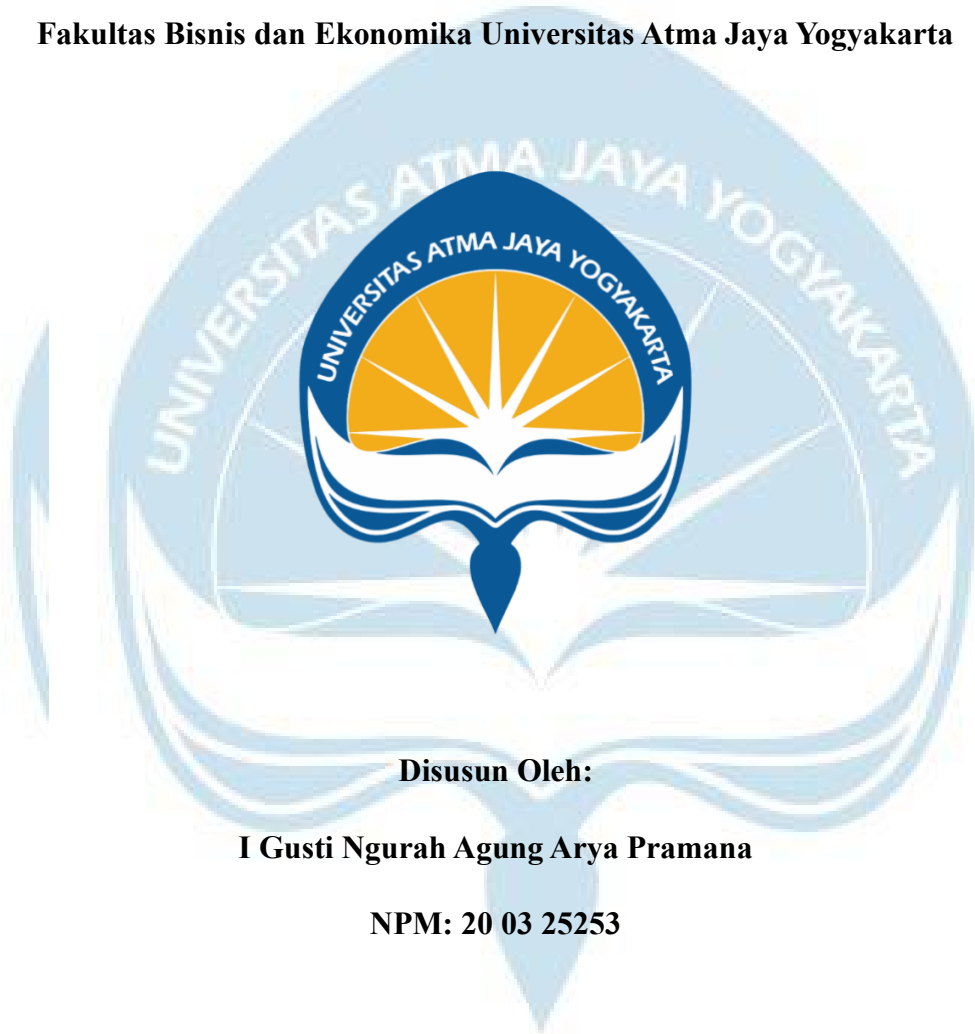


**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP *ONLINE SHOPPING*
BEHAVIOR PADA TOKOPEDIA (STUDI PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA)**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1) Pada
Program Studi Manajemen**

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

I Gusti Ngurah Agung Arya Pramana

NPM: 20 03 25253

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

Skripsi

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP *ONLINE SHOPPING BEHAVIOR* PADA
TOKOPEDIA (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA JAYA
YOGYAKARTA)

Dosen Pengampu: Drs. Budi Suprpto MBA., Ph.D.



Disusun Oleh:

I Gusti Ngurah Agung Arya Pramana

20 03 25253

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "Budi", is written over the name of the supervisor.

Drs. Budi Suprpto MBA., Ph.D.

06 Mei 2024

Skripsi

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP
ONLINE SHOPPING BEHAVIOR PADA
TOKOPEDIA (STUDI PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS ATMA JAYA
YOGYAKARTA)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

I Gusti Ngurah Agung Arya

Pramana

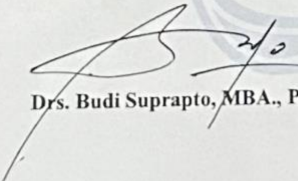
NPM: 20 03 25253

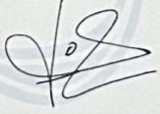
Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 20 September 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S1)
Program Studi Manajemen


SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji


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

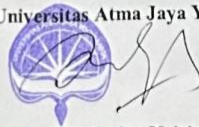

Api Adyantari, SA., MBA


Vonezyo Yupanzara Dharomesz, SE.,
MBA

Yogyakarta, 23 September 2024

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu Novianindra Krisjanti, S.E., M.Sc.IB., Ph.D.


DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

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

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP *ONLINE SHOPPING BEHAVIOR* PADA TOKOPEDIA (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA)

Saya menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa naskah skripsi ini tidak mengandung karya ilmiah yang sebelumnya telah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi mana pun. Selain itu, naskah ini juga tidak mengandung karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau diterbitkan, kecuali yang telah secara tertulis disitasi dan/atau dikutip serta dicantumkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah skripsi ini mengandung unsur plagiasi, saya siap diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Yogyakarta, 06 Mei 2024

Yang menyatakan



I Gusti Ngurah Agung Arya Pramana

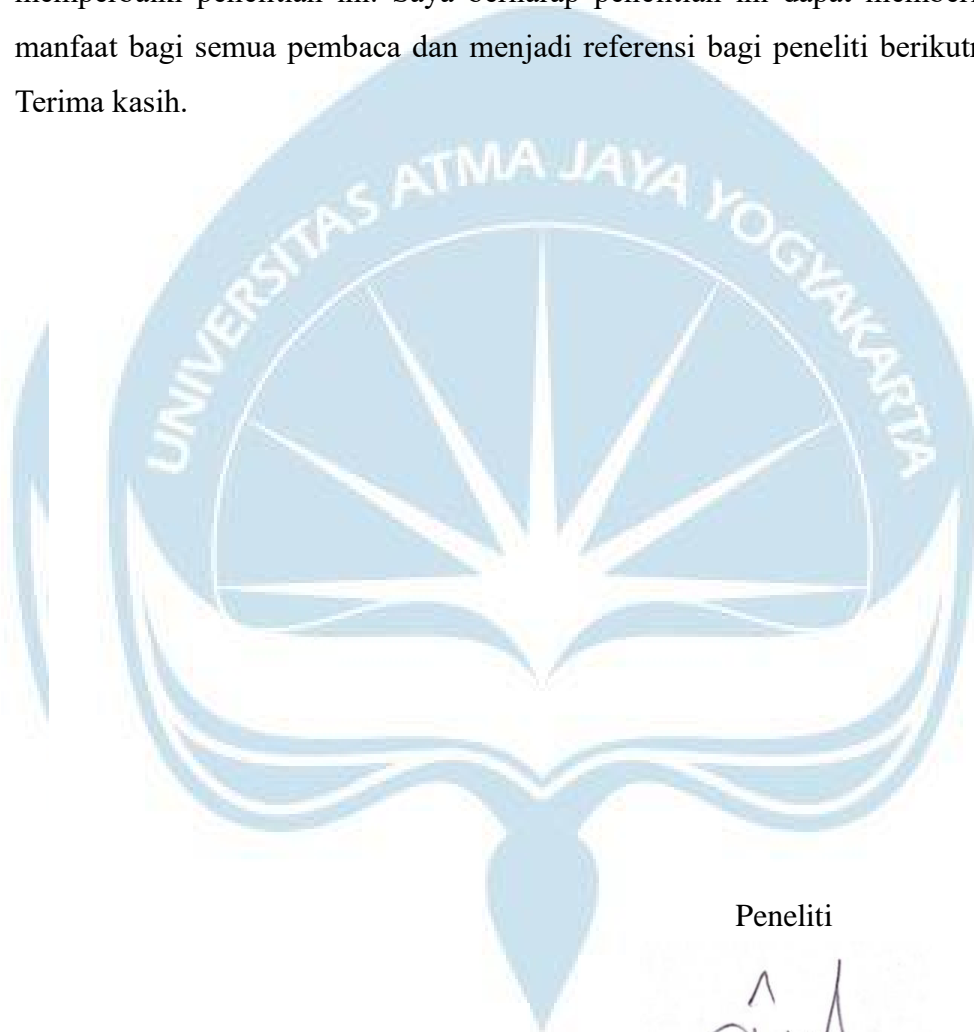
KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa/Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, skripsi ini yang berjudul “PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP *ONLINE SHOPPING BEHAVIOR* PADA TOKOPEDIA (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA)” dapat diselesaikan sesuai dengan yang direncanakan. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ida Sang Hyang Widhi Wasa/ Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberi berkat kepada penulis dalam keadaan apapun sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Drs. Budi Suprpto MBA., Ph.D. selaku dosen pembimbing atas waktu, bimbingan, masukan, koreksi, dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini.
3. Keluarga yang saya kasihi: I Gusti Ngurah Sumajaya, I Gusti Ayu Kusuma Arini, I Gusti Ayu Hary Swandewi, yang selalu mendoakan, menemani, serta selalu memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh dosen, karyawan, dan para staf FBE UAJY yang telah membagikan ilmu kepada saya selama saya menjalani pendidikan di FBE UAJY.
5. Komang Cintya Trisna Dewi yang selalu memberikan semangat, memberi motivasi, memberi dukungan, dan meluangkan waktunya untuk menemani dalam penulisan skripsi ini.
6. I Putu Erwin Putra Raga Wiguna yang telah membantu dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Teman – teman dalam grup parpar ciecing, JIK JAYA FAM, rombongan sampi dengang, kudeta, yang telah memberikan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman – teman FBE UAJY angkatan 2020 yang telah membantu saya selama masa perkuliahan.
9. Semua responden yang telah bersedia untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner dalam penelitian ini, serta pihak lainnya yang terkait dengan penulisan ini,

10. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada diri saya sendiri karena telah berjuang sampai pada titik ini, selalu berusaha, selalu bersyukur, dan selalu sabar selama proses pembuatan skripsi ini

Meskipun saya telah berusaha sebaik mungkin dalam penelitian ini, saya menyadari bahwa masih ada ketidaksempurnaan. Oleh karena itu, saya akan dengan senang hati menerima kritik dan saran yang konstruktif untuk memperbaiki penelitian ini. Saya berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pembaca dan menjadi referensi bagi peneliti berikutnya. Terima kasih.



Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'I Gusti Ngurah Agung Arya Pramana', written over a light blue grid background.

I Gusti Ngurah Agung Arya Pramana

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematis Penelitian.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Live Streaming.....	9
2.1.2 Celebirty Endorsement.....	10
2.1.3 Promotional Tools.....	10
2.1.4 Online Review.....	11
2.1.5 Online Shopping Behavior.....	12

2.2. Peneliti Terdahulu	13
2.3 Pengembangan Hipotesis	19
2.3.1 Pengaruh Live Streaming terhadap Perilaku Belanja Online	19
2.3.2 Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Perilaku Belanja Online	20
2.3.3 Pengaruh Promotional Tools terhadap Perilaku Belanja Online.....	20
2.3.4 Pengaruh Online Review terhadap Perilaku Belanja Online	21
2.4 Gambar Model Penelitian.....	22
BAB III.....	23
METODE PENELITIAN	23
3.1 Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data	23
3.2 Objek, Subjek, dan Tempat Penelitian	23
3.3 Sumber Data	23
3.4 Metode Pengumpulan Data	24
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	24
3.6 Metode Pengukuran Data.....	28
3.7 Populasi	28
3.8 Sampel	28
3.9 Metode Pengambilan Sampel	29
3.10 Metode Analisis Data.....	29
3.10.1 Statistik Deskriptif	29
3.11 Metode Pengujian Instrumen	30
3.11.1 Validitas.....	30
3.11.2 Reliabilitas	31
3.11.3 Structural Equation Modelling - Partial Least Square (SEM-PLS).....	31
3.11.4 Uji R-Square	32
3.11.5 Uji F-Square.....	32

3.11.6 Uji Hipotesis	32
BAB IV	34
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Hasil Analisis Responden Berdasarkan Pertanyaan Filter Pada Kuesioner Mengenai. Usia Responden.....	34
4.2 Analisis Hasil Statistika Deskriptif Demografi Responden.....	35
4.3 Analisis Statistik Deskriptif Per – Variabel.....	36
4.3.1 Analisis Deskriptif Responden Pada Variabel Live Streaming	37
4.3.2 Analisis Deskriptif Responden Pada Variabel Celebrity Endorsement	38
4.3.3 Analisis Deskriptif Responden Pada Variabel Promotional Tools.....	39
4.3.4 Analisis Deskriptif Responden Pada Variabel Online Review	40
4.3.5 Analisis Deskriptif Responden Pada Variabel Online Shopping Behavior	41
4.4 Analisis SEM – PLS	42
4.4.1 Merancang Model Struktur	43
4.4.2 Merancang Model Pengukuran (Outer Model).....	43
4.4.3 Evaluasi Uji Validitas : Konvergen.....	45
4.4.4 Evaluasi Uji Validitas : Diskriminan	48
4.4.5 Evaluasi Uji Reliabilitas	50
4.4.6 Evaluasi Goodness of Fit : Inner Model	51
4.4.7 Uji Hipotesis	53
4.5 Pembahasan Hipotesis	56
4.5.1 Pengaruh Live Streaming terhadap Online Shopping Behavior	56
4.5.2 Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Online Shopping Behavior.....	57
4.5.3 Pengaruh Promotional Tools terhadap Online Shopping Behavior	58
4.5.4 Pengaruh Online Review terhadap Online Shopping Behavior.....	59
4.6 Gap Research	60
BAB V.....	61

PENUTUP.....	61
5.1 Kesimpulan	61
5.1.1 Profil Responden	61
5.1.2 Hasil Pengujian Hipotesis.....	61
5.2 Implikasi Manajerial.....	62
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Selanjutnya.....	64
5.3.1 Keterbatasan Penelitian.....	64
5.3.2 Saran Penelitian	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	71

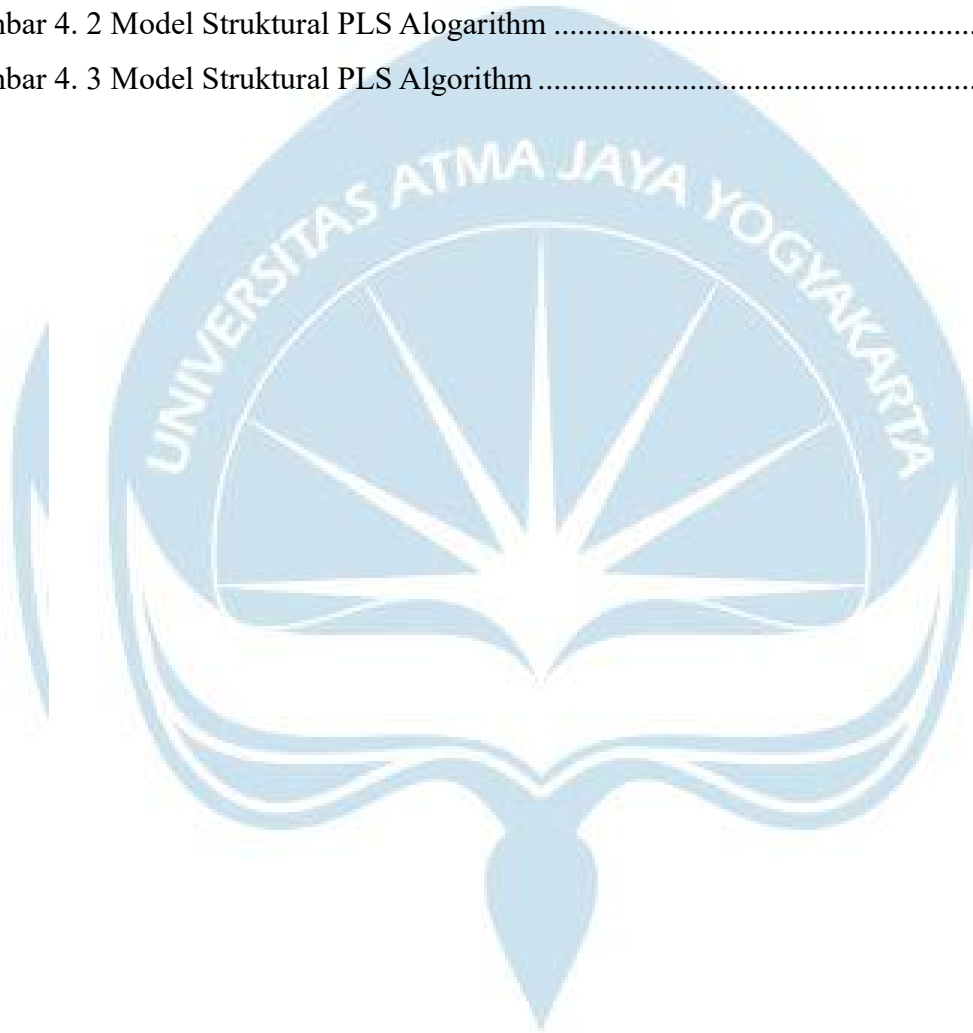


DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 E-commerce dengan pengunjung terbanyak di Indonesia 2023.....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	25
Tabel 4. 1 Pertanyaan Filter Satu	34
Tabel 4. 2 Pertanyaan Filter Kedua	35
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Umur.....	36
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Responden Pada Variabel Live Streaming.....	37
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif Responden Pada Variabel Celebrity Endorsement	38
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Responden Pada Variabel Promotional Tools	39
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif Responden Pada Variabel Online Review	40
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskriptif Responden Pada Variabel Online Shopping Behavior	42
Tabel 4. 10 Indikator Variabel.....	44
Tabel 4. 11 Nilai Outer Loading (Loading Factors) PLS-SEM	46
Tabel 4. 12 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	47
Tabel 4. 13 Nilai Cross Loading	48
Tabel 4. 14 Nilai Fornell - Lacker Criterion	49
Tabel 4. 15 Nilai Dillon Goldstein's.....	50
Tabel 4. 16 Model Struktural PLS Algorithm	52
Tabel 4. 17 Hasil F-Square.....	52
Tabel 4. 18 Path Coefficient.....	54
Tabel 4. 19 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Model Penelitian	22
Gambar 4. 1 Model Struktural PLS – SEM	43
Gambar 4. 2 Model Struktural PLS Alogarithm	46
Gambar 4. 3 Model Struktural PLS Algorithm	51



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 JURNAL UTAMA	71
LAMPIRAN 2 KUISIONER	84
LAMPIRAN 3 JAWABAN KUISIONER	97
LAMPIRAN 4 HASIL DAN ANALISI DATA	114



**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP *ONLINE SHOPPING BEHAVIOR*
PADA TOKOPEDIA (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA
JAYA YOGYAKARTA)**

I Gusti Ngurah Agung Arya Pramana

Drs. Budi Suprpto MBA., Ph.D.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43 33, Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *live streaming*, *celebrity endorsement*, *promotional tools*, *online review* terhadap *online shopping behavior* pada *ecommerce* Tokopedia. Total responden dari penelitian ini adalah 234 responden dan semua memenuhi kriteria penelitian. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan skala likert 5 poin dan kuesioner disebarkan menggunakan media platform *Google Form* dengan media sosial sebagai perantaranya. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) melalui perangkat lunak Partial Least Square (SmartPLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *live streaming*, *celebrity endorsement*, dan *online review* memiliki pengaruh signifikan terhadap *online shopping behavior* pada *ecommerce* Tokopedia, sementara *promotional tools* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *online shopping behavior* pada *ecommerce* Tokopedia.

Kata Kunci: *Live Streaming*, *Celebrity Endorsement*, *Promotional Tools*, *Online Review*, *Online Shopping Behavior*, Tokopedia.