

**PENGARUH PROMOSI DAN KEMUDAHAN AKSES
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *E-COMMERCE*
SHOPEE DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
*INTERVENING***

(Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)



Oleh:

IQBAL ADITYA NUGROHO

NPM: 18.1.02.11500

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2022

**PENGARUH PROMOSI DAN KEMUDAHAN AKSES
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *E-COMMERCE*
SHOPEE DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
*INTERVENING***

(Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)



Oleh:

IQBAL ADITYA NUGROHO

NPM: 18.1.02.11500

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2022

**PENGARUH PROMOSI DAN KEMUDAHAN AKSES
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *E-COMMERCE*
SHOPEE DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
*INTERVENING***

(Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: Manajemen
Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**

Oleh:

IQBAL ADITYA NUGROHO

NPM: 18.1.02.11500

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2022

**PENGARUH PROMOSI DAN KEMUDAHAN AKSES TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN E-COMMERCE SHOPEE DENGAN
MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)**

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

IQBAL ADITYA NUGROHO

NPM : 18.1.02.11500

Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji

Pada tanggal 22 Maret 2022

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Nur Laily, M.Si.

Anggota : 1. Dr. Prijati, S.E., M.M.

2. Ir. Pontjo Bambang Mahargiono, M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

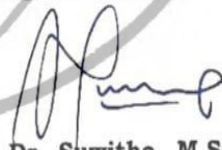
Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nur Laily, M.Si.



Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua STIESIA



Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Iqbal Aditya Nugroho
NPM : 18.1.02.11500
Program Studi : Manajemen
Tempat/ Tanggal Lahir : Surabaya, 28 - 06 - 2000
Agama : Islam
Jumlah Saudara/ Anak ke : 2 / 1
Alamat Rumah : Jl. Pandugo Praja 1/40, Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Rofiq
Alamat Rumah : Jl. Pandugo Praja 1/40, Surabaya
No Telepon : 081331403317
Alamat Kantor : Jl. Raya Klampok, Pasuruan, Jawa Timur
Jabatan : Supervisor Divisi Produksi PT. Indofood

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN Penjaringan Sari II Surabaya Tahun 2012.
2. Tamat SMP di SMPN 35 Surabaya Tahun 2015.
3. Tamat SMA di SMAN 17 Surabaya Tahun 2018.
4. Perguruan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VII	2018-2021	-

Dibuat dengan sebenarnya

Iqbal Aditya Nugroho

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : IQBAL ADITYA NUGROHO

NPM : 18.1.02.11500

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH PROMOSI DAN KEMUDAHAN AKSES TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN E-COMMERCE SHOPEE MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)

Diajukan untuk diuji pada tanggal 22 Maret 2022, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 22 Maret 2022

Yang membuat pernyataan



Iqbal Aditya Nugroho

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang dan shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda besar Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita ke jalan yang lurus. Atas karunia dan ridha-Nya, pada kesempatan kali ini saya selaku penulis dari skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi dan Kemudahan Akses Terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce* Shopee Melalui Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening*”** telah selesai melakukan penelitian tersebut dengan baik.

Penyusunan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk kelulusan dan mendapatkan gelar sarjana ekonomi yang diperoleh dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Skripsi ini dibuat tentunya atas bantuan oleh pihak-pihak terkait demi menyempurnakan skripsi yang disusun oleh penulis. Berangkat dari hal tersebut penulis mengucapkan rasa terima kasih dan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Nur Fadrijih Asyik, S.E, M.Si., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Dr. Suwitho, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Dr. Nur Laily, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang bermanfaat tentunya untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu Dosen STIESIA Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang berguna selama proses perkuliahan berlangsung.
5. Kedua orang tua saya yang telah memberikan fasilitas, motivasi dan doa kepada saya demi melalui pendidikan di perguruan tinggi ini baik secara moril maupun materiil.
6. Teman-teman kelas SM-8 angkatan tahun 2018 yang tentunya telah memberikan saya dorongan dan semangat untuk belajar hingga proses skripsi ini selesai.
7. Teman-teman bimbingan skripsi saya yang selama proses bimbingan memberikan informasi dan solusi masalah kaitannya dengan proses penyusunan skripsi yang sedang ditempuh.
8. Kepada sahabat dekat saya yaitu M. Taufiq, Rizky Aristo, Dani Adyatma Risma Herlesia dan Puput Dianti serta Iqbal Firmansyah, Ericha dan Laily yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Rekan-rekan UKM PASKIBRA STIESIA Surabaya terutama latsar XXVI yang telah memberikan pengalaman dan ilmu organisasi yang sedikit banyak akan membantu dalam dunia pekerjaan.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bantuan baik secara materiil maupun secara moril selama proses penyusunan dan pembuatan skripsi ini saya ucapkan terima kasih.

Penulis menyadari bawasannya skripsi yang disusun masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya segala saran dan masukan

yang membangun demi menyempurnakan hasil skripsi yang disusun agar lebih baik lagi kedepannya. Semoga skripsi yang disusun oleh penulis dapat memberikan refrensi ilmu pengetahuan dan wawasan serta manfaat kepada para pembaca.

Surabaya, 22 Maret 2022

Iqbal Aditya Nugroho



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....	i
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Peneliatian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	11
BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PERUMUSAN MASALAH.....	12
2.1 Tinjauan Teoritis	12
2.1.1 Promosi.....	12
2.1.2 Kemudahan Akses.....	16
2.1.3 Minat Beli.....	19
2.1.4 Keputusan Pembelian	23
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Konseptual	30
2.4 Pengembangan Hipotesis	31

2.4.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.4.2 Pengaruh Kemudahan Akses Terhadap Keputusan Pembelian..	32
2.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli	33
2.4.4 Pengaruh Kemudahan Akses Terhadap Minat Beli	34
2.4.5 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	35
2.4.6 Pengaruh Tidak Langsung Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	36
2.4.7 Pengaruh Tidak Langsung Kemudahan Akses Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	37
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Objek Penelitian.....	38
3.1.1 Jenis Penelitian.....	38
3.1.2 Gambaran Dari Populasi Penelitian	39
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.2.1 Penentuan Jumlah Sampel Anggota.....	39
3.2.2 Teknik Sampling	41
3.3 Teknik Pengumpulan Data	42
3.3.1 Jenis Data	42
3.3.2 Sumber Data.....	43
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	43
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	45
3.4.1 Variabel Penelitian	45
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	45
3.5 Teknik Analisis Data	47
3.5.1 Partial Least Square (PLS)	47
3.5.2 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	48
3.5.3 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	50
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52

4.1 Hasil Penelitian	52
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	52
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden	53
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	57
4.2 Analisis Data	60
4.2.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	60
1. Uji Validitas	61
a. Uji Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>).....	61
b. Uji Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>).....	62
c. AVE (<i>Average Variance Extracted</i>)	63
2. Uji Reliabilitas	64
a. <i>Composite Reliability</i>	64
b. <i>Cronbach Alpha</i>	65
4.2.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	66
1. Pengujian Model Struktural	66
a. Pengujian Model Struktural Pengaruh Langsung.....	66
b. Pengujian Model Struktural Pengaruh Tidak Langsung ..	69
2. Pengujian <i>R-Square</i>	70
3. Uji Hipotesis.	71
4.3 Pembahasan	73
BAB 5 PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Keterbatasan	82
5.3 Saran.....	83
JADWAL PENELITIAN	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian Terdahulu.....	27
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin.....	53
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas	54
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Melakukan Pembelian.....	56
6. Tanggapan Responden Terhadap Promosi	58
7. Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Akses	58
8. Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli	59
9. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	60
10. Hasil <i>Outer Loading</i>	61
11. Hasil <i>Cross Loading</i>	62
12. Hasil AVE (<i>Average Variance Extracted</i>).....	64
13. Hasil <i>Composite Reliability</i>	65
14. Hasil <i>Cronbach Alpha</i>	66
15. Hasil <i>Original Sample</i>	67
16. Hasil <i>Original Sample</i>	69
17. Hasil <i>R-Square</i>	70
18. Hasil Uji Hipotesis	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Grafik Jumlah Pengguna <i>E-Commerce</i> di Indonesia	2
2. Daftar 10 <i>E-Commerce</i> Dengan Tingkat Kunjungan Tertinggi	3
3. Kerangka Konseptual	31



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Penelitian.....	90
2. Tabulasi Data.....	96
3. Hasil <i>Output</i> PLS.....	100
4. Surat Tugas Bimbingan Skripsi.....	104
5. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi.....	105
6. Berita Acara Skripsi	106
7. Surat Pernyataan Penyebaran Kuesioner.....	107
8. Sertifikat Hasil Penelitian.....	108
9. Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....	109
10. Hasil Plagiasi.....	110

