

**MINAT BELI SEBAGAI MEDIASI PENGARUH SHOPEEPAY DAN
SHOPEE *LIVE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *FASHION***



Oleh :

EZRA AMELIA

NPM : 21.1.02.80055

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2025

**MINAT BELI SEBAGAI MEDIASI PENGARUH SHOPEEPAY DAN
SHOPEE *LIVE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *FASHION***

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi: Manajemen

Konsentrasi: Manajemen Pemasaran

Oleh:

EZRA AMELIA

NPM: 21.1.02.80055

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2025

**MINAT BELI SEBAGAI MEDIASI PENGARUH SHOPEEPAY DAN
SHOPEE LIVE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK FASHION**

Dipersiapkan dan Disusun oleh:

EZRA AMELIA

NPM: 21.1.02.80055

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal 24 Mei 2025

Susunan Tim Penguji

Ketua : Dr. Dewi Urip Wahyu, S.Pd., S.E., M.M.

Anggota : 1. Dr. Anindhyta Budiarti, S.E., M.M.

: 2. Widhi Ariestianti Rochdianingrum, S.E., M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

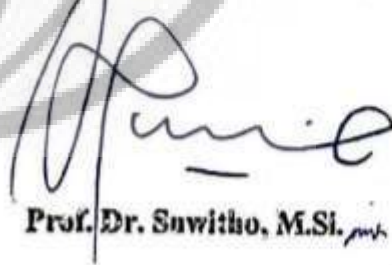
Oleh:

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Anindhyta Budiarti, S.E., M.M.



Prof. Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua STIESIA



**Prof. Dr. Nur Fauziah Asyik, S.E., M.Si.,
Ak, CA.**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : EZRA AMELIA

N.P.M : 21.1.02.80055

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

MINAT BELI SEBAGAI MEDIASI PENGARUH SHOPEEPAY DAN SHOPEE LIVE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION

Diajukan untuk diuji pada tanggal 24 Mei 2025

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, 24 Mei 2025

Yang membuat pernyataan,


Ezra Amelia

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Ezra Amelia
NPM : 2110280055
Program Studi : S1- Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Mojokerto, 7 April 2003
Agama : Kristen
Jumlah Saudara/Anak ke : 2 (Dua) / 2 (Dua)
Alamat Rumah : Pacet, Mojokerto
Status : Belum Kawin

B. ORANG TUA

Nama : Sutrisno
Alamat Rumah/Telepon : Pacet, Mojokerto
Alamat Kantor/Telepon : -
Pekerjaan.Jabatan : Wirausaha

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD : di SDN Petak tahun 2015
2. Tamat SMP : di SMPK Santo Yusuf tahun 2018
3. Tamat SMA : di SMAN 1 Pacet tahun 2021
4. Pendidikan Tinggi (PT) :

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VII	2021-2025	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Ezra Amelia

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus karena atas berkat hikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik, serta kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan doa, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu dengan judul “MINAT BELI SEBAGAI MEDIASI PENGARUH SHOPEEPAY DAN SHOPEE *LIVE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION*” dengan baik. Tujuan penulisan skripsi ini dilakukan oleh penulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar sebagai Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis merasakan banyak mendapat bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Prof. Dr. Suwitho, M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Dr. Anindhyta Budiarti, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran terbaik dalam menyusun skripsi ini dengan sebaik mungkin.
4. Dr. Djawoto, S.E., M.M. selaku dosen wali SM-1 yang telah memberikan

bimbingan dan pengarahan semasa perkuliahan.

5. Bapak dan Ibu dosen, serta para staf STIESIA Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu dan teladan yang sangat berarti selama kegiatan perkuliahan berlangsung.
6. Kepada kedua orang tua penulis yang tercinta dan tersayang, yaitu Bapak Sutrisno dan Ibu Wahyuni. Penulis ucapkan terimakasih atas nasehat, motivasi, kasih sayang yang telah diberikan kepada penulis. Selain itu, terimakasih karena telah bersedia mendampingi, mendukung dan senantiasa mendoakan penulis dalam proses mewujudkan cita-cita penulis.
7. Kepada Ayah Jamil dan Ibu Ririn yang sudah melahirkan seorang anak yang sangat menyupport penulis dengan semaksimal mungkin apapun keadaannya.
8. Kepada kakak yang penulis kasihi, yaitu Mas Wall yang selalu mendukung, memberikan motivasi, saran dan selalu mendoakan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Kepada kakak tingkat, yaitu Kak Nena yang selalu memberikan semangat dan senantiasa menemani penulis.
10. Kepada teman dan saudari penulis, yaitu Putri Dewi dan Sofia Kurnia yang telah menemani penulis layaknya saudari sedari SMP.
11. Kepada Nur Tsalitsa, Sharla Shafa, Erika Nur, Nadi, Caca, Dhika, Rafli, yaitu teman seperjuangan penulis semasa kuliah yang bersedia meluangkan waktu untuk mendengarkan keluh kesah, menghibur penulis, memberikan dukungan dan membantu penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena banyak keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan masukan serta kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga dengan skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak, terima kasih.

Surabaya, 28 Februari 2025



Ezra Amelia

Ezra Amelia

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	15
BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
2.1 Tinjauan Teoritis.....	16
2.1.1 Pemasaran	16
2.1.2 ShopeePay.....	18
2.1.3 Shopee Live.....	23
2.1.4 Minat Beli.....	25
2.1.5 Keputusan Pembelian	27
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Rerangka Konseptual.....	32
2.4 Pengembangan Hipotesis	33
2.3.1 Pengaruh ShopeePay Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3.2 Pengaruh Shopee Live Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.3.3. Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.3.4 Pengaruh ShopeePay Terhadap Minat Beli.....	34
2.3.5 Pengaruh Shopee Live Terhadap Minat Beli.....	35
2.3.6 Pengaruh ShopeePay Melalui Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	35
.....	35
2.3.7 Pengaruh Shopee Live Melalui Minat Beli Terhadap Keputusan	
Pembelian.....	36
BAB 3 METODE PENELITIAN	37

Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli.....	82
BAB 5 PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Keterbatasan Penelitian	82
5.3 Saran	83
JADWAL PENELITIAN.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87
DAFTAR LAMPIRAN	90



DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
Tabel 1 <i>Pertumbuhan E-Commerce Indonesia</i>	3
Tabel 2 <i>Persaingan 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia</i> ...	4
Tabel 3 <i>Penelitian Terdahulu</i>	30
Tabel 4 <i>Skala Pengukuran Data</i>	41
Tabel 5 <i>Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</i>	53
Tabel 6 <i>Karakteristik Responden Berdasarkan Usia</i>	54
Tabel 7 <i>Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi</i>	54
Tabel 8 <i>Karakteristik Respondedn Berdasarkan Jumlah Transaksi Pembelian Melalui Shopee Live</i>	55
Tabel 9 <i>Karakteristik Respondedn Berdasarkan Jumlah Transaksi Pembayaran Melalui ShopeePay</i>	56
Tabel 10 <i>Interval Kelas</i>	57
Tabel 11 <i>Distribusi Frekuensi Berdasarkan ShopeePay</i>	57
Tabel 12 <i>Distribusi Frekuensi Berdasarkan Shopee Live</i>	58
Tabel 13 <i>Distribusi Frekuensi Berdasarkan Minat Beli</i>	60
Tabel 14 <i>Distribusi Frekuensi Berdasarkan Keputusan Pembelian</i>	61
Tabel 15 <i>Nilai Outer Loading</i>	63
Tabel 16 <i>Kriteria Fornell-Lacker</i>	64
Tabel 17 <i>Nilai AVE (Average Variance Extracted)</i>	65
Tabel 18 <i>Nilai Composite Reliability</i>	66
Tabel 19 <i>Nilai Cronbach's Alpha</i>	67
Tabel 20 <i>Original Sampel</i>	68
Tabel 21 <i>Original Sampel</i>	69
Tabel 22 <i>Nilai R-Square</i>	70
Tabel 23 <i>Hasil Uji Hipotesis</i>	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
Gambar 1 <i>Perkiraan Pertumbuhan Penjualan E-commerce</i>	2
Gambar 2 <i>Daftar 9 Produk Terlaris di Shopee</i>	6
Gambar 3 <i>Dompot digital jadi metode pembayaran favorit untuk e-commerce</i>	8
Gambar 4 <i>Platform Live Shopping Terbanyak Digunakan di Indonesia Tahun 2024</i>	9
Gambar 5 <i>Contoh Live Streaming di Shopee</i>	10
Gambar 6 <i>Proses Keputusan Pembelian</i>	27
Gambar 7 <i>Kerangka Berpikir</i>	32
Gambar 8 <i>Logo Shopee</i>	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
Lampiran 1 Kuesioner.....	90
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	81
Lampiran 3 Model Pengukuran (Outer Model).....	81
Lampiran 4 Model Pengukuran (Inner Model).....	83
Lampiran 5 Surat Tugas Bimbingan Penulisan Skripsi.....	85
Lampiran 6 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi.....	86
Lampiran 7 Surat Pernyataan Ijin Riset.....	87
Lampiran 8 Sertifikat Seminar Hasil Penelitian.....	89
Lampiran 9 Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....	90

