

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PENGUNAAN APLIKASI SHOPEE PADA FITUR SHOPEEFOOD
(STUDI KASUS MAHASISWA/I DI KOTA JAKARTA)**

TUGAS AKHIR



TOMMY HENDRAWAN

1171001034

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Tommy Hendrawan

NIM : 1171001034

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Tommy Hendrawan', is placed over a faint rectangular stamp. The signature is fluid and cursive.

Tanggal : 14 Februari 2022

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini Diajukan Oleh:

Nama : Tommy Hendrawan
NIM : 1171001034
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Keputusan Penggunaan Aplikasi Shopee Pada Fitur
Shopeefood (Studi Kasus Mahasiswa/I Di Kota
Jakarta)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Gunardi Endro, Ph.D..

()

Penguji 1 : Jerry Heikal, S.T., M.M., Dr.

()

Penguji 2 : Aurino Rilman Adam Djamaris, Ir., M.M

()

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal : 14 Feb 2022

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbila'lamin, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Aplikasi Shopee Pada Fitur Shopeefood” dengan lancar. Salawat dan salam tidak lupa juga penulis haturkan untuk Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itulah, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang terus membantu penulis selama proses penyusunan tugas akhir ini, yaitu kepada:

1. Mama, Ayah, dan Kaka yang selalu sabar, Serta tak henti-henti nya memberikan motivasi, dukungan moril maupun materi, dan juga do ‘a restu nya selama masa perkuliahan hingga akhirnya bisa menyelesaikan tugas akhirnya di perkuliahan.
2. Bapak Gunardi Endro, Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta juga dengan sabar untuk memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian tugas akhir ini.
3. Bapak Aurino Rilman Adam Djamaris, Ir., M.M.. selaku dosen pembahas yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta juga dengan sabar untuk memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian tugas akhir ini.
4. Teman – teman yang telah memberikan semangat, dukungan dan motivasi selama penyusunan tugas akhir.

5. Seluruh rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie Angkatan 2017 yang saling memberikan dukungan, motivasi dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir.

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu terimakasih atas do 'a, saran, masukan, dan dukungan yang telah diberikan selama penyusunan tugas akhir.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyajian dan penyusunan tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik demi penyempurnaan tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 14 Februari 2022

Peneliti,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Tommy Hendrawan', is centered on the page. The signature is fluid and cursive, with a prominent initial 'T' and 'H'.

Tommy Hendrawan

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tommy Hendrawan
NIM : 1171001034
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Empiris (Skripsi)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksekutif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya ini yang berjudul :

**“ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE PADA FITUR
SHOPEEFOOD (STUDI KASUS MAHASISWA/I DI KOTA JAKARTA)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatika, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 14 Februari 2022

Yang menyatakan

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Tommy Hendrawan', written on a light-colored background.

(Tommy Hendrawan)

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PENGUNAAN APLIKASI SHOPEE PADA FITUR SHOPEEFOOD
(STUDI KASUS MAHASISWA/I DI KOTA JAKARTA)**

Tommy Hendrawan

ABSTRAK

Shopeefood adalah sebuah fitur layanan yang disediakan oleh aplikasi Shopee yaitu salah satu aplikasi E-commerce terbesar di Asia Tenggara yang pertama dan satu-satunya dalam melayani pesan antar makanan-minuman. Shopeefood hadir sebagai solusi untuk masyarakat yang mempunyai mobilitas tinggi, waktu yang terbatas, dan kebutuhan yang tinggi terhadap makanan dan minuman. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui serta menganalisis faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi latarbelakang individu dalam pengambilan keputusan penggunaan aplikasi Shopee pada fitur Shopeefood pada mahasiswa di kota Jakarta. Jenis metode yang digunakan deskriptif kuantitatif. Sumber data adalah data primer, pengolahan data menggunakan SPSS versi 25. Instrumen yang digunakan adalah angket dengan semantik diferensial dan metode analisis menggunakan analisis faktor. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 7 faktor yang terbentuk melalui analisis faktor, faktor tersebut yaitu : fitur-fitur yang sesuai kebutuhan, kemudahan aplikasi, menariknya promosi, kepuasan terhadap produk akhir yang dibeli, layanan yang sesuai ekspektasi, harga yang sesuai, dan manfaat aplikasi. Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi mahasiswa dalam melakukan pembelian menggunakan aplikasi Shopee pada fitur Shopeefood adalah faktor fitur-fitur yang sesuai kebutuhan yang memiliki nilai keragaman data sebesar 43,014% sedangkan faktor terendah yaitu faktor manfaat aplikasi dengan nilai keragaman sebesar 3,051%.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Analisis Faktor, Shopeefood

**ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING DECISIONS TO USE THE
SHOPEE APPLICATION ON THE SHOPEEFOOD FEATURE (CASE
STUDY OF STUDENTS/I IN JAKARTA CITY)**

Tommy Hendrawan

ABSTRACT

Shopeefood is a service feature provided by the Shopee application, which is one of the largest E-commerce applications in Southeast Asia, the first and only one in serving food-beverage orders. Shopeefood is here as a solution for people who have high mobility, limited time, and high needs for food and beverages. The purpose of this research is to find out and analyze the factors that can influence the individual background in making decisions about the use of the Shopee application on the Shopeefood feature for students in the city of Jakarta. The type of method used is descriptive quantitative. The data source is premier data, data processing using SPSS version 25. The instrument used is a questionnaire with differential semantics and the analysis method using factor analysis. The results of this study indicate that there are 4 factors formed through factor analysis, these factors are: features that meet the needs, effectiveness and efficiency of applications, satisfactory promotions, and satisfactory product quality. The most dominant factor in influencing students to make purchases using the Shopee application on the Shopeefood feature is the feature factor that suits the needs which has a data diversity value of 43.014% while the lowest factor is the product quality factor with a diversity value of 4.297%.

Keywords: Marketing Mix, Purchase Decision, Factor Analysis, Shopeefood

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	i
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II	7
KAJIAN TEORI, KERANGKA PIKIR, DAN HIPOTESIS	7
2.1 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	7
2.1.1.1 Tahap – tahap proses dalam pengambilan keputusan	8
2.1.1.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	11
2.1.1.3 Faktor – faktor yang melatarbelakangi individu dalam pengambilan keputusan pembelian (<i>Push Factor</i>).....	11
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Pull Factor</i>).....	15
2.2 Penelitian yang terdahulu	19
2.3 Kerangka Berpikir	22
2.4 Hipotesis.....	23
BAB III.....	24
METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	24
3.1.1 Tempat penelitian.....	24
3.1.2 Waktu Penelitian	24

3.2	Populasi dan Sampel	24
3.2.1	Populasi.....	24
3.2.2	Sampel.....	24
3.3	Jenis dan Sumber Data	26
3.3.1	Jenis Data	26
3.3.2	Sumber Data.....	26
3.4	Operasional Variabel Penelitian.....	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data	28
3.6	Instrumen Penelitian.....	29
3.7	Teknik Analisis Data	30
3.7.1	Statistik Deskriptif.....	30
3.7.2	Uji Instrumen	31
BAB IV	39
HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1	Gambaran Umum Shopee Food	39
4.2	Gambaran Umum Responden	40
4.2.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	40
4.2.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.2.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengguna/Bukan Pengguna Shopee Food.....	41
4.2.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengguna/Bukan Pengguna Shopee Food.....	42
4.3	Analisis Statistik Deskriptif	42
4.3.1	Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Bauran Pemasaran 43	
4.3.2	Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Latarbelakang Individu dalam Pengambilan Keputusan Pembelian	47
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	51
4.4.1	Uji Validitas.....	51
4.4.1.1	Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran	52
4.4.1.2	Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Latarbelakang Individu dalam Pengambilan Keputusan Pembelian	53
4.4.2	Analisis Uji Reliabilitas	54

4.4.2.1 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bauran Pemasaran	54
4.4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Latarbelakang Individu dalam Pengambilan Keputusan Pembelian	54
4.5 Analisis Faktor	55
4.5.1 Uji Korelasi dan Kelayakan Suatu Variabel	55
4.5.2 Proses Faktoring atau Ekstraksi	60
4.5.3 Rotasi Faktor	64
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	72
BAB V	83
PENUTUP	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian8
Gambar 4. 1 Frekuensi jawaban bauran pemasaran pada kategori jenis kelamin .46
Gambar 4. 2 Frekuensi jawaban bauran pemasaran pada kategori usia47
Gambar 4. 3 Frekuensi jawaban latarbelakang individu dalam pengambilan
keputusan pembelian pada kategori jenis kelamin.....50
Gambar 4. 4 Frekuensi jawaban latarbelakang individu dalam pengambilan
keputusan pembelian pada kategori usia.....51
Gambar 4. 5 Scree Plot Hasil Ekstraksi Faktor.....64

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	27
Tabel 3. 2	32
Tabel 3. 3	33
Tabel 4. 1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4. 2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengguna/Bukan Pengguna Shopee Food.....	41
Tabel 4. 4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Frekuensi Pengguna Shopee Food dalam 3 Bulan Terakhir	42
Tabel 4. 5 Hasil Indeks Jawaban Variabel Bauran Pemasaran	43
Tabel 4. 6 Hasil Indeks Jawaban Variabel Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4. 7 Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran	52
Tabel 4. 8 Uji Validitas Variabel Latarbelakang Individu dalam Pengambilan Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Variabel Bauran Pemasaran.....	54
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Variabel Latarbelakang Individu dalam Pengambilan Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 4. 11 Nilai KMO dan Bartlett's Test of Sphericity	56
Tabel 4. 12 Nilai Anti Image Matrices Correlation Variabel Setelah Uji MSA	57
Tabel 4. 13 Kontribusi Variabel hasil Ekstraksi	60
Tabel 4. 14 Hasil Ekstraksi PCA	62
Tabel 4. 15 Jumlah Faktor Hasil Ekstraksi (PCA).....	63
Tabel 4. 16 Component Matrix Sebelum Rotasi Varimax.....	65
Tabel 4. 17 Component Matrix Setelah Rotasi Varimax	66
Tabel 4. 18 Kelompok Faktor Hasil Rotasi.....	68
Tabel 4. 19 Hasil Interpretasi Variabel	69