

**ANALISIS MINAT BELI TOKOPEDIA PADA GEN Z DI
JAKARTA**

RADINKA FATHANAYRA ANWARI

1702520062



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Terapan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PEMASARAN DIGITAL

SARJANA TERAPAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

***ANALYSIS OF TOKOPEDIA'S PURCHASE INTENTION
AMONG GENERATION Z IN JAKARTA***

RADINKA FATHANAYRA ANWARI

1702520062



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

This thesis was written to fulfill one of the requirements to obtain a Bachelor of Applied degree from the Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.

DIGITAL MARKETING STUDY PROGRAM


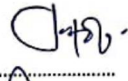
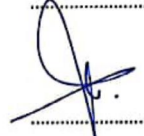



APPLIED UNDERGRADUATE PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi  <u>Prof. Usep Suhud, M. Si., Ph. D.</u> NIP. 197002122008121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM NIP. 198103222023212013 (Ketua Sidang)		10 Juli 2024
2	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D NIP. 197412212008121001 (Penguji 1)		17 Juli 2024
3	Agung Kresnamurti Rival P., ST, M.M. NIP. 197404162006041001 (Penguji 2)		18 Juli 2024
4	Dra. Solikhah, MM NIP. 196206231990032001 (Pembimbing 1)		25 Juli 2024
5	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M NIP. 199308272020122024 (Pembimbing 2)		19 Juli 2024
Nama : Radinka Fathanayra Anwari No. Registrasi : 1702520062 Program Studi : D4 Pemasaran Digital Tanggal Lulus : 15 Juli 2024			

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Radinka Fathanayra Anwari

NIM : 1702520062

Program Studi : D4 Pemasaran Digital

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul "Analisis Minat Beli Tokopedia pada Gen Z di Jakarta" dibuat oleh saya sendiri dan bukan merupakan duplikasi skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain atau jiplakan karya tulis maupun terjemahan orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dalam keadaan sadar dan saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku jika terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar.

Jakarta, 24 Mei 2024

Yang membuat pernyataan



Radinka Fathanayra Anwari

LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Radinka Fathanayra Anwari
NIM : 1702520062
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi/Prodi Pemasaran Digital
Alamat email : radinka.nayra@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Analisis Minat Beli Tokopedia pada Gen Z di Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 8 Agustus 2024

Penulis

(Radinka Fathanayra Anwari)

ABSTRAK

Kemunculan platform *e-commerce* seperti Tokopedia telah mengubah cara berbelanja, terutama bagi generasi muda. Memahami faktor-faktor minat beli konsumen terhadap Tokopedia menjadi penting bagi platform untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat beli konsumen Generasi Z terhadap Tokopedia dengan menganalisis faktor-faktor yang terdapat pada *Theory of Planned Behavior* (TPB), yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui survei *online* yang disebar di media sosial melalui *Google Forms*. Sampel penelitian adalah konsumen Generasi Z di Jakarta. Data dianalisis menggunakan SPSS untuk menganalisis konstruk TPB. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor TPB memiliki hasil yang baik terhadap minat beli konsumen Generasi Z terhadap Tokopedia. Konsumen dengan sikap positif terhadap Tokopedia, yang merasakan tekanan norma sosial untuk membeli di platform, dan percaya mereka memiliki kemampuan untuk melakukannya, lebih cenderung menunjukkan minat beli yang kuat. Hal ini didukung oleh pernyataan pengguna memiliki sikap positif terhadap Tokopedia dan berminat membeli produk di platform tersebut, insentif yang diberikan oleh Tokopedia membuat mereka berminat untuk membeli di Tokopedia, dan pengguna sangat percaya diri dalam kemampuannya untuk membeli di Tokopedia. Platform Tokopedia mudah digunakan dan menawarkan berbagai pilihan produk dan layanan yang memudahkan pengguna dalam melakukan pembelian. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa TPB merupakan kerangka kerja yang efektif untuk memahami minat beli konsumen Generasi Z terhadap Tokopedia. Tokopedia dapat memanfaatkan temuan ini untuk mengembangkan strategi pemasaran yang tertarget, seperti membangun citra merek yang positif, memanfaatkan pengaruh sosial, dan memastikan platform yang ramah pengguna.

Kata Kunci: minat beli, gen z, tokopedia, *theory of planned behavior*, *e-commerce*

ABSTRACT

The emergence of e-commerce platforms like Tokopedia has transformed shopping behavior, especially among younger generations. Understanding the factors that influence consumer purchase intention towards Tokopedia is crucial for the platform to develop effective marketing strategies. This study aims to examine the purchase intention of Generation Z consumers towards Tokopedia by analyzing the factors in the Theory of Planned Behavior (TPB), namely attitude, subjective norms, and perceived behavioral control. The study employs a quantitative method with data collection techniques through online surveys distributed on social media using Google Forms. The research sample consists of Generation Z consumers in Jakarta. Data was analyzed using SPSS to analyze the TPB constructs. The results indicate that the TPB factors have a positive influence on the purchase intention of Generation Z consumers towards Tokopedia. Consumers with a positive attitude towards Tokopedia, who feel social normative pressure to purchase on the platform, and believe they have the ability to do so, are more likely to exhibit strong purchase intention. This is supported by statements from users indicating a positive attitude towards Tokopedia and an interest in purchasing products on the platform, the incentives provided by Tokopedia make them more likely to purchase on Tokopedia, and users are highly confident in their ability to purchase on Tokopedia. The Tokopedia platform is easy to use and offers a variety of product and service options that make it easy for users to make purchases. The findings of this study suggest that TPB is an effective framework for understanding the purchase intention of Generation Z consumers towards Tokopedia. Tokopedia can utilize these findings to develop targeted marketing strategies, such as building a positive brand image, leveraging social influence, and ensuring a user-friendly platform.

Keywords: purchase intention, generation z, tokopedia, theory of planned behavior, e-commerce

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta petunjuk-Nya yang senantiasa melimpah sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Minat Beli Tokopedia pada Gen Z di Jakarta”, sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana Terapan (D4) Jurusan Pemasaran Digital Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta dorongan dari berbagai pihak yang dengan ikhlas memberikan kontribusi dan motivasi. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dra. Solikhah, M.M selaku dosen pembimbing pertama atas bimbingan, arahan, serta kesabaran dalam membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.
2. Dewi Agustin Pratama Sari, S.E, M.S.M selaku dosen pembimbing kedua atas bimbingan, arahan, serta kesabaran dalam membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.
3. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D selaku Ketua Program Studi D4 Pemasaran Digital.
4. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah menyediakan ilmu pengetahuan yang diperlukan selama penulis menepuh pendidkat di Universitas Negeri Jakarta.

6. Bunda dan Ayah yang selalu memberikan doa, dukungan moral, dan materiil dalam setiap langkah perjalanan hidup penulis.
7. Rekan-rekan Mahasiswa D4 Pemasaran Digital angkatan 2020, yang telah berbagi pengetahuan, pengalaman, serta motivasi selama perjalanan akademik di kampus.
8. Teman-teman yang senantiasa memberikan semangat dan keceriaan dalam menjalani masa-masa perkuliahan.

Tidak lupa, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun turut berperan dalam kelancaran penulisan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, serta menjadi amal ibadah yang bermanfaat bagi kehidupan. Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, 13 Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	13

2. Dimensi dan Indikator <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	14
B. Penelitian Terdahulu.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	24
B. Desain Penelitian.....	24
C. Populasi dan Sampel	25
1. Populasi.....	25
2. Sampel	26
D. Teknik Pengumpulan Data.....	27
1. Definisi Konseptual Variabel	27
2. Definisi Operasional Variabel	28
3. Instrumen Penelitian.....	29
4. Uji Instrumen Penelitian.....	32
E. Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Analisis Deskriptif.....	37
1. Profil Responden	37
2. Uji Instrumen Penelitian.....	40
B. Analisis Deskripsi TPB	41
1. <i>Attitude</i>	42

2. <i>Subjective Norms</i>	44
3. <i>Perceived Behavioral Control</i>	46
BAB V PENUTUP	49
A. Kesimpulan	49
B. Implikasi	50
1. Implikasi Teoritis.....	50
2. Implikasi Praktis.....	51
C. Keterbatasan Penelitian	52
D. Rekomendasi.....	52
1. Bagi Pelaku Usaha.....	52
2. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pengunjung Tokopedia dari Tahun 2019-2023.....	3
Gambar 1. 2 Rata-rata Jumlah Kunjungan ke 5 Situs <i>E-commerce</i> Terbesar di Indonesia (Kuartal I-Kuartal IV 2023).....	4
Gambar 1. 3 5 <i>E-commerce</i> dengan Pengunjung Terbanyak di 2023	4
Gambar 1. 4 Data Transaksi Tokopedia Tahun 2022 & 2023	5
Gambar 1. 5 Hasil Pra-Riset Minat Beli di Tokopedia	7
Gambar 1. 6 Kesulitan Menggunakan Tokopedia	8
Gambar 1. 7 Keluhan Pengguna Tokopedia atas Biaya Tambahan	8
Gambar 1. 8 Rekomendasi Keluarga dan Teman Pengguna Tokopedia	9
Gambar 1. 9 Ulasan Buruk Pengguna Tokopedia.....	10

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian	30
Tabel 3. 3 Skala Jawaban Kuesioner.....	32
Tabel 3. 4 Kriteria Interpretasi Skor	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	39
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 4. 5 Uji Validitas.....	40
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4. 7 Frekuensi Jawaban pada Dimensi <i>Attitude</i>	42
Tabel 4. 8 Frekuensi Jawaban pada Dimensi <i>Subjective Norms</i>	44
Tabel 4. 9 Frekuensi Jawaban pada Dimensi <i>Perceived Behavioral Control</i>	46
Tabel 4. 10 Rata-rata TPB	48

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	60
Lampiran 2 Hasil Kuesioner.....	67
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	68
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	69
Lampiran 5 Surat Keterangan Hasil Pindai Uji Kemiripan Naskah	70
Lampiran 6 Riwayat Hidup Penulis.....	71

