

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PURCHASE INTENTION
PADA PENGGUNA APLIKASI CAROUSELL**

SKRIPSI

**DEWI RETNO KASIMPAR
21167000288**



**PROGAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PURCHASE INTENTION
PADA PENGGUNA APLIKASI CAROUSELL**

SKRIPSI

**DEWI RETNO KASIMPAR
21167000288**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul:

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PURCHASE INTENTION* PADA PENGGUNA CAROUSELL

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 25 Februari 2021



DEWI RETNO KASIMPAR
NPM 21167000288

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya Ilmiah dengan judul:

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PURCHASE INTENTION* PADA PENGGUNA APLIKASI CAROUSELL

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Dr. Dian Surya Sampurna., SE MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai Karya Ilmiah di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 25 Februari 2021

Pembimbing,



Dr. Dian Surya Sampurna., SE, MM



Kepala Prodi S-1 Manajemen,

Muhammad Ramaditya, BBA, MSc


HALAMAN PENGESAHAN


Karya Ilmiah dengan judul:


ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PURCHASE INTENTION* PADA PENGGUNA APLIKASI CAROUSELL


telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 25 Februari 2021 dengan nilai A

Panitia Ujian Karya Ilmiah :

1. : Muhammad Ramaditya, BBA, MSc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2. : Dr. Dian Surya Sampurna., SE, MM
(Pembimbing)

3. : Ir. Dwi Windu Suryono, MS
(Anggota Penguji)

4. : Syahrul Effendi, SE, MM
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat kasih karuniaNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta. Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini peneliti sampaikan ungkapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Dian Surya Sampurna., SE MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, kesabaran dan tenaga dalam memberikan arahan skripsi ini.
2. Bapak Ir. Dwi Windu Suryono, MS dan Bapak Syahrul Effendi, SE MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk menjalankan sidang skripsi.
3. Bapak H. Agustian Burda, BSBA MBA selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta (YPFJ).
4. Bapak Drs. Ridwan Marongrong, MSc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA MSc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
6. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen, STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
7. Pihak Carousell yang telah mengizinkan melakukan penelitian ini.
8. Orang tua yang tidak pernah lelah memberikan doa dan semangat agar penelitian ini bisa sukses dan berhasil.
9. Teman kelas B Manajemen (Yara, Saras dan Tya) yang selalu siap sedia menyediakan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk selalu membantu dan menyemangati saya dalam hal apapun.
10. Teman *influencer* (Ratna, Evi, Dini dan Galih) yang telah membantu, menasehati dalam penyusunan skripsi dan yang memotivasi untuk selalu semangat, pantang menyerah dan berfikir maju ke depan.

11. Teman bimbingan (Heni dan Ilham) yang selalu memberikan dukungan selama menyusun skripsi ini.
12. Teman-teman S-1 Manajemen Kampus A Rawamangun yang sudah banyak memberikan *support*.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 25 Februari 2021



Dewi Retno Kasimpar
NPM 21167000288

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dewi Retno Kasimpar
NPM : 21167000288
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-free Right*) atas Karya Ilmiah saya yang berjudul :

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGURUHI *PURCHASE INTENTION* PADA PENGGUNA CAROUSELL

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 25 Februari 2021

Yang menyatakan,



DEWI RETNO KASIMPAR

Dewi Retno Kasimpar

Dosen Pembimbing :

21167000288

Dr. Dian Surya Sampurna., SE MM

Program Studi S-1 Manajemen

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI *PURCHASE INTENTION*
PADA PENGGUNA CAROUSELL**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan, *electronic word of mouth (e-WOM)*, *brand ambassador*, *electronic service quality*, dan kualitas produk terhadap *purchase intention* pada pengguna aplikasi Carousell

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Carousell. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sumber data penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Metoda analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah PLS dengan program WarpPLS versi 7.0 dan dievaluasi dengan *outer model*, *inner model* dan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan, *brand ambassador*, *e-service quality*, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. *E-WOM* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *purchase intention* pada pengguna aplikasi Carousell. Nilai *R-square* sebesar 0,680 menunjukkan bahwa *purchase intention* dipengaruhi oleh iklan, *e-WOM*, *brand ambassador*, *electronic service quality*, dan kualitas produk sebesar 68% dan sisanya sebanyak 32% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa empat variabel dalam penelitian ini yaitu iklan, *brand ambassador*, *e-service quality*, dan kualitas produk memengaruhi *purchase intention* pada pengguna aplikasi Carousell, dan satu variabel dalam penelitian ini yaitu *e-WOM* tidak memengaruhi *purchase intention* pada pengguna aplikasi Carousell.

Kata kunci : iklan, *electronic word of mouth (e-WOM)*, *brand ambassador*, *electronic service quality*, kualitas produk, dan *purchase intention*.

Dewi Retno Kasimpar

21167000288

Study Program S-1 Manajemen

Under The Supervisor of :

Dr. Dian Surya Sampurna., SE MM

**ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING PURCHASE INTENTION
(On Carousell Application Users)**

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the influence of advertisement, electronic word of mouth, brand ambassador, electronic service quality, and product quality on purchase intention (a case study on Carousell application users).

The strategy used in this research is associate research. Methodology used in this research is survey method. Population in this research is were users of the Carousell application. Data samples are 100 respondents. Questionnaire is used as instrument on this research. Data source are divided into primary data and secondary data. Data analysis method used in this research is Partial Least Squares (PLS) by the programme of WarpPLS version 7.0 and evaluated within outer, inner model, and hypothesis test.

The result of this research shows that advertisement, brand ambassador, electronic service quality, and product quality give positive and significant to purchase intention on Carousell application users. E-WOM give positive and insignificant to purchase intention on Carousell application users. The R-squared value of 0.680 shows that purchasing intention are influenced by the advertisement, electronic word of mouth, brand ambassador, electronic service quality, and product quality, while the remaining 32% is influenced by other variable.

Conclusions of this study indicate that four independent variables in the study are advertisement, brand ambassador, electronic service quality, and product quality influence on purchase intention on Carousell application users. And one independent variables in the study are e-WOM has no effect on purchase intention on Carousell application users.

Keywords : advertisement, electronic word of mouth, brand ambassador, electronic service quality, product quality, and purchase intention

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Review Hasil-hasil penelitian terdahulu	8
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Manajemen	12
2.2.2. Manajemen Pemasaran.....	13
2.2.3. Iklan.....	14
2.2.4. <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	17
2.2.5. Brand Ambassador	18
2.2.6. <i>E-Service Quality</i>	20
2.2.7. Kualitas Produk.....	21
2.2.8. <i>Purchase Intention</i>	23
2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian	24
2.4. Perkembangan Hipotesis Penelitian.....	28

2.5. Kerangka Kinseptual Penelitian.....	29
Bab III METODA PENELITIAN	31
3.1. Strategi Penelitian.....	31
3.2. Populasi dan Sampel	31
3.2.1. Populasi Penelitian	31
3.2.2. Sampling dan Sampel Penelitian.....	32
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	32
3.3.1. Sumber Data.....	32
3.3.2. Metoda Pengumpulan Data	33
3.4. Operasional Variabel	34
3.5. Metoda Analisis Data	39
3.5.1. Metoda Pengolahan Data	39
3.5.2. Penyajian Data	39
3.5.3. Analisis Statistik Data	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Deskripsi Perusahaan	44
4.1.1. Visi dan Misi Carousell.....	45
4.2. Deskripsi Responden.....	46
4.3. Deskripsi Data	49
4.3.1. Analisis PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	49
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1. Simpulan.....	64
5.2. Saran.....	65
DAFTAR REFERENSI	66
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data pengguna Internet di Indonesia tahun 2020.....	2
Tabel 3.1. Bobot Nilai Skala Likert	34
Tabel 3.2. Operasional Variabel Iklan (X1).....	36
Tabel 3.3. Operasional Variabel E-WOM (X2).....	36
Tabel 3.4. Operasional Variabel Brand Ambassador (X3)	37
Tabel 3.5. Operasional Variabel E-Service Quality (X4)	38
Tabel 3.6. Operasional Variabel Kualitas Produk (X5)	38
Tabel 3.7.Operasional Variabel Purchase Intrntion (Y)	39
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4.2. Usia Responden	47
Tabel 4.3. Pekerjaan Responden	48
Tabel 4.4. Domisili Responden.....	48
Tabel 4.5. Hasil Output Combined Loadings and Cross-Loading	50
Tabel 4.6. Nilai AVE	52
Tabel 4.7. Nilai Loading Konstruk Laten Indikator ke Konstruk Lainnya.....	53
Tabel 4.8. Output Latent Variable Coefficients	55
Tabel 4.9. Hasil Output Model Fit Indices.....	56
Tabel 4.10. Nilai f2	57
Tabel 4.11. Hasil Koefisien Determinasi (R2).....	57
Tabel 4.12. Path Coefficients	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Pertumbuhan ekonomi <i>digital</i> di Indonesia	3
Gambar 2.1. Kerangka konseptual penelitian	29
Gambar 4.1. Hasil penelitian.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Lembar Kuesioner	69
Lampiran 2. Data Penelitian	77
Lampiran 3. Output WarpPLS.....	95
Lampiran 4. Surat Keterangan Riset	99
Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup.....	100