

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL,
KARAKTERISTIK PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI APLIKASI SHOPEE PADA WARGA
RW 012 UTAN KAYU SELATAN**

**SASTI FAJRIANI PUTRI
21170000374**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2022**

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL,
KARAKTERISTIK PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI APLIKASI SHOPEE PADA WARGA RW
012 UTAN KAYU SELATAN**

SKRIPSI

**SASTI FAJRIANI PUTRI
21170000374**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2022**

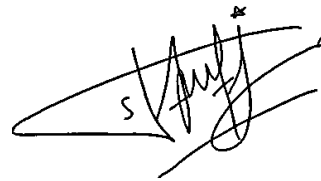
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, KARAKTERISTIK PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APLIKASI SHOPEE PADA WARGA RW 012 UTAN KAYU SELATAN

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 23 Februari 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sasti Fajriani Putri', enclosed within a hand-drawn, irregular oval shape.

SASTI FAJRIANI PUTRI

NPM 21170000374

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, KARAKTERISTIK PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APLIKASI SHOPEE PADA WARGA RW 012 UTAN KAYU SELATAN

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Ibu Dr. Engkur, S.IP., ME dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 13 September 2021

Pembimbing,



Dr. Engkur, S.IP., ME

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya BBA., MSC

HALAMAN PENGESAHAN

Karya Ilmiah dengan judul :

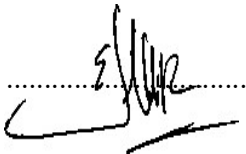
PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, KARAKTERISTIK PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APLIKASI SHOPEE PADA WARGA RW 012 UTAN KAYU SELATAN

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 23 Februari 2022 dengan nilai **B-**

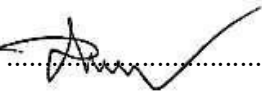
Panitia Ujian Skripsi



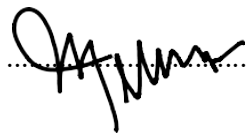
Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc.
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2.  ;

Dr. Engkur, S.IP., ME
(Pembimbing)

3.  ;

Dr. Indra Sakti, SE., MM
(Anggota Penguji I)

4.  ;

Drs. Budiono, M.Sc
(Anggota Penguji II)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan karunianya, sehingga saya dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana manajemen di program studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Padakesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang tulus kepada :

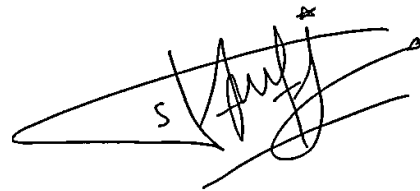
1. Ibu Dr. Engkur, S.IP., ME selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Indra Sakti, SE., MM . selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Budiono, M.sc selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
4. Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. Selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
6. Seluruh Dosen dan Staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang dengan tulus dan sabar memberikan pendidikan dan pengajaran kepada peneliti selama mengikuti perkuliahan.
7. Teristimewa buat orang tua saya Bapak Drs. Abdullah S.Pdi dan Ibu Sugiarti yang selalu memberikan dukungan secara moril dan materil sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih saya ucapkan kepada Kakak saya Sofian Yusuf Widodo S.Psi dan Kakak Ipar saya Raisata Makbulah Rais S.Psi yang sudah memberikan dukungan kepada saya.
Terima kasih saya ucapkan kepada keluarga besar yaitu, Alm. Bapak Saliman bin Repon Kertohardjo, Alm. Ibu Alimah binti Mardjo Mangun Prawiro, Alm. Bapak Kyai Ma'ani bin K.H. Ahmad Dahlan, Alm. Ibu Nyai

Durrotuzzahro binti K.H. Jauhar, Alm. Bapak Rahadjo bin Saliman, Alm. Ibu Umiyati binti Saliman, Ibu Eko Lestari, Ibu Drs. Sri Utami S.Psi, Ibu Sumini, dan semua pihak keluarga yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

8. Sahabatku tersayang Rahmida, Fauziah, Yeni, Riviana, Elvia, Restu, Bella, Putri Amelia, Tasya, Avita, Juli dan semua yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah menemani serta selalu memberikan arahan yang positif, mendoakan dan memberikan semangat sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat.
9. Terima kasih kepada semua pihak yang membantu dan terlibat hingga terselesaikannya tugas akhir ini dan tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa, dalam penyusunan karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, 13 September 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sasti Fajriani Putri', written over a horizontal line. The signature is stylized and includes a small asterisk-like mark at the top right.

SASTI FAJRIANI PUTRI

NPM 21170000374

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : SASTI FAJRIANI PUTRI
NPM : 21170000374
Program Studi : S1 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 :

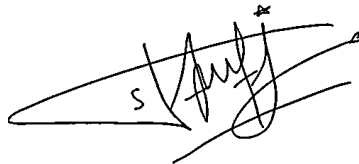
PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, KARAKTERISTIK PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APLIKASI SHOPEE PADA WARGA RW 012 UTAN KAYU SELATAN

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/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 : Februari 2022

Yang menyatakan,



SASTI FAJRIANI PUTRI

Sasti Fajriani Putri
NPM : 21170000374
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing
Dr. Engkur, S.IP., ME

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, KARAKTERISTIK
PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI APLIKASI SHOPEE PADA WARGA RW012 UTAN KAYU SELATAN**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui seberapa besar pengaruh faktor budaya, sosial, karakteristik pribadi terhadap keputusan pembelian di aplikasi shopee pada warga RW 012 Utan Kayu Selatan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif, yang dianalisis dengan menggunakan metode koefisien korelasi berbasis data dari SPSS. Populasi dari penelitian ini adalah warga RW 012 Utan Kayu Selatan yang menggunakan shopee untuk berbelanja. Sampel ditentukan berdasarkan metode *non probability sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi kepustakaan.

Hasil penelitian membuktikan bahwa faktor budaya, sosial, dan karakteristik pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di aplikasi Shopee pada warga RW 012 Utan Kayu Selatan.

**Kata kunci : Faktor budaya, Sosial, Karakteristik Pribadi,
Keputusan Pembelian**

Sasti Fajriani Putri
NPM : 21170000374
Program Studi S-1 Manajemen

Advisor
Dr. Engkur, S.IP., ME

**THE INFLUENCE OF CULTURAL, SOCIAL, PERSONAL
CHARACTERISTICS FACTORS ON PURCHASE DECISIONS IN SHOPEE
APPLICATION ON THE CITIZENS OF 012 UTAN KAYUSELATAN**

ABSTRACT

This study aims to examine and find out how much influence cultural, social, and personal characteristics factors have on purchasing decisions in the shopee application for residents of RW 012 Utan Kayu Selatan.

This study uses a descriptive quantitative research type, which is analyzed using the data-based correlation coefficient method from SPSS. The population of this research is the residents of RW 012 Utan Kayu Selatan who use shopee for shopping. The sample was determined based on the non-probability sampling method, with a total sample of 96 respondents. Data collection techniques using questionnaires and literature study.

The results of the study prove that cultural, social, and personal characteristics have an effect on purchasing decisions in the Shopee application for residents of RW 012 Utan Kayu Selatan.

Keywords: Cultural Factors, Social, Personal Characteristics, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL LUAR.....	i
HALAMAN JUDUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I 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 KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2. Perilaku Konsumen	8
2.1.3. Keputusn Pembelian.....	15
2.2. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	17
2.3. Kerangka Konseptual Penelitian.....	23
2.3.1. Pengaruh Faktor Budaya terhadap keputusan pembelian	23
2.3.2. Pengaruh Faktor Sosial terhadap keputusan pembelian. .	24

	Halaman
2.3.3. Pengaruh Karakteristik Pribadi terhadap keputusan Pembelian	24
2.3.4. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Karakteristik Pribadi terhadap keputusan pembelian.....	24
2.4. Pengaruh Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODA PENELITIAN.....	26
3.1. Strategi Penelitian	26
3.2. Populasi dan Sampel	26
3.3. Sumber Data dan Jenis Data	28
3.4. Metoda Pengumpulan Data.....	28
3.5. Operasionalisasi Variabel.....	29
3.6. Metoda Analisis Data.....	30
3.7. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	31
3.8. Pengujian Hipotesis.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Deskripsi Perusahaan.	35
4.2. Dekripsi Responden	36
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	37
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	38
4.3. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	39
4.3.1. Uji Validitas.....	39
4.3.2. Uji Reliabilitas	41
4.4. Analisis Statistik Data	41
4.4.1. Analisis Koefisien Determinasi Parsial.....	41
4.4.2. Analisis Koefisien Determinasi Simultan.....	45
4.5. Analisis Uji Hipotesis.....	45

4.5.1. Hasil Uji Statistik F (Simultan).....	45
4.5.2. Hasil Uji Statistik t (Parsial)	46
4.6. Temuan Hasil Penelitian	48
4.6.1. Pengaruh Faktor Budaya terhadap Keputusan Pembelian	49
4.6.2. Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan pembelian..	49
4.6.3. Pengaruh Karakteristik Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian	49
4.6.4. Pengaruh Secara Simultan Faktor Budaya, Sosial, Dan Karakteristik Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian	49
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	50
5.1. Simpulan	50
5.2. Saran.....	51
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	51
DAFTAR REFERENSI	52
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Pengguna Internet Di Indonesia (Januari 2021)	2
Tabel 1.2. Pengunjung Bulanan Situs E-Commerce	3
Tabel 3.1. Operasional Variabel	29
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	37
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	38
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Faktor Budaya.....	39
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Faktor Sosial	39
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Karakteristik Pribadi	40
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	40
Tabel 4.10. Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4.11. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial Faktor Budaya Terhadap Keputusan Pembelian	42
Tabel 4.12. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian	43
Tabel 4.13. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial Karakteristik Pribadi terhadap Keputusan Pembelian	44
Tabel 4.14. Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan.....	45
Tabel 4.15. Hasil Uji Statistik F (Simultan).....	46
Tabel 4.16. Hasil Uji Statistik t (Parsial)	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	23
Gambar 4.1 Kerangka konseptual Koefisien Determinasi, t dan F	48

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	53
Lampiran 2. Tabulasi Data Hasil Tanggapan Responden	57
Lampiran 3. Hasil Deskripsi responden.....	58
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	58
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas	60
Lampiran 6. Hasil Uji Koefisien Korelasi (Parsial)	61
Lampiran 7. Hasil Uji Koefisien Korelasi (Simultan).....	61
Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis	62
Lampiran 9. Surat Izin Riset dari Kelurahan Cipinang.....	62
Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup Penelitian	63