

HALAMAN MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S. Al Baqarah : 286)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S. Al-Insyirah :5-6)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas terselesainya skripsi ini maka penulis mempersembahkan sebagai tanda terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu mendo'akan, memberikan kasih sayang, perhatian, semangat, dan dukungan. Kepada adikku tersayang yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan kepada penulis.
2. Bapak Kabul Trifiyanto, S.E., MBA. selaku dosen pembimbing yang telah banyak berjasa dalam proses penelitian ini, serta memberikan bimbingan, dorongan, dan nasehat yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. RomushaElit.com persepupuanku, Dita, Sekar, Navida, dan Sabrina yang selalu memberikan dukungan dan mendoakan penulis serta selalu mendengarkan cerita penulis.
4. Teman sambatku Salsabila, Dian, Yusuf, dan Dzulfiqor, terimakasih atas segala dukungan dan menjadi tempat berbagi dalam suasana apapun dan selalu menghibur hingga saat ini.
5. Teman-teman BEM Bara Adidaya, teman seperjuanganku selama kuliah. Terimakasih penulis ucapkan atas segala motivasi, dukungan, pengalaman, waktu dan ilmu yang dijalani bersama selama perkuliahan.
6. Semua pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Last but not least, I want to thank me. I want to thank me for believing in me. I wan to thank me for doing of this hard work. I want to thank me for never quitting.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *advertising*, *convenience*, dan *social influence* terhadap *user behavior* pada pengguna Shopee di Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee di Kota Kebumen dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah uji instrument validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, uji simultan, dan uji koefisien determinasi. Alat bantu pengolahan data menggunakan *SPSS for Windows version 25.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *User Behavior*, (2) *Convenience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *User Behavior*, (3) *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *User Behavior*, (4) *Advertising*, *Convenience*, dan *Social Influence* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap *User Behavior*.

Kata kunci: *Advertising*, *Convenience*, *Social Influence*, *User Behavior*, dan Shopee



ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of advertising, convenience, and social influence on user behavior among Shopee users in Kebumen. The population in this study is Shopee users in Kebumen City with a sample size of 100 respondents. The data collection technique used a questionnaire. The data analysis used was the instrument validity and reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, hypothesis test, simultaneous test, and coefficient of determination test. The data processing tool used SPSS for Windows version 25.0. The results of the study showed that: (1) Advertising has a positive and significant effect on User Behavior, (2) Convenience has a positive and significant effect on User Behavior, (3) Social Influence has a positive and significant effect on User Behavior, (4) Advertising, Convenience, and Social Influence together have a positive and significant effect on User Behavior.

Keyword: Advertising, Convenience, Social Influence, User Behavior, and Shopee.



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dengan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Advertising, Convenience, dan Social Influence Terhadap User Behavior Studi Pada Shopee di Kebumen”**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.

Selama penyusunan skripsi ini penulis memperoleh bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Kabul Trifiyanto, S.E., MBA. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Seluruh rekan kuliah yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam mengerjakan skripsi.
4. Masyarakat Kota Kebumen yang telah bersedia menjadi responden, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga segala kebaikan, bantuan, bimbingan, motivasi serta semangat yang telah diberikan pihak-pihak bersangkutan, akan mendapat balasan kebaikan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih adanya kekurangan maupun kesalahan. Maka dari itu penulis

mengharapkan adanya kritik saran yang membangun guna perbaikan dan evaluasi untuk menjadi lebih baik. Selain itu penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca pada umumnya.



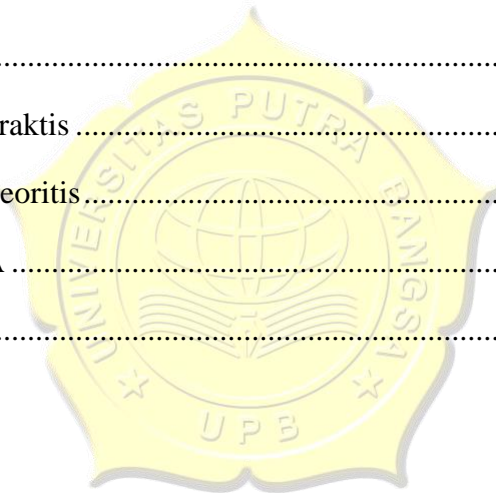
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II.....	13
KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1. Tinjauan Teori.....	13
2.1.1. <i>User Behavior</i>	13

2.1.2.	<i>Advertising</i>	17
2.1.3.	<i>Convenience</i>	22
2.1.4.	<i>Social Influence</i>	26
2.2	Penelitian Terdahulu.....	30
2.3	Hubungan Antar Variabel	39
2.3.1	Hubungan antara <i>Advertising</i> dengan <i>User Behavior</i>	39
2.3.2	Hubungan antara <i>Convenience</i> dengan <i>User Behavior</i>	39
2.3.3	Hubungan antara <i>Social Influence</i> dengan <i>User Behavior</i>	40
2.4	Model Empiris	40
2.5	Hipotesis	41
BAB III	43
METODE PENELITIAN	43
3.1	Objek dan Subjek Penelitian	43
3.1.1	Objek Penelitian	43
3.1.2	Subjek Penelitian.....	43
3.2	Variabel Penelitian	43
3.3	Definisi Operasional Variabel	44
3.3.1	<i>User Behavior</i>	44
3.3.2	<i>Advertising</i>	45
3.3.3	<i>Convenience</i>	46
3.3.4	<i>Social Influence</i>	47
3.4	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	47
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.6	Populasi dan Sampel	50
3.6.1	Populasi Penelitian.....	50

3.6.2	Sampel Penelitian.....	51
3.7	Teknik Analisis.....	52
3.7.1	Analisis Deskriptif	53
3.7.2	Analisis Kuantitatif	53
BAB IV		62
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Gambaran Umum	62
4.1.1	Sejarah dan Perkembangan PT. Shopee Internasional Indonesia	62
4.1.2	Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan	63
4.2	Analisis Deskriptif.....	64
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	65
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	66
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan.....	67
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi.....	68
4.3	Analisis Statistik.....	68
4.3.1	Uji Instrumen	68
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	72
4.3.3	Analisis Regresi Linier Berganda	75
4.3.4	Uji Hipotesis	77
4.4	Pembahasan	81
4.4.1	Pengaruh <i>Advertising</i> terhadap <i>User Behavior</i> pada Shopee di Kebumen	82

4.4.2 Pengaruh <i>Convenience</i> terhadap <i>User Behavior</i> pada Shopee di Kebumen.....	82
4.4.3 Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>User Behavior</i> pada Shopee di Kebumen.....	83
4.4.4 Pengaruh <i>Advertising, Convenience, dan Social Influence</i> terhadap <i>User Behavior</i>	84
BAB V.....	86
SIMPULAN	86
5.1 Simpulan.....	86
5.2 Keterbatasan	87
5.3 Implikasi	88
5.3.1 Implikasi Praktis	88
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	94



DAFTAR TABEL

Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>User Behavior</i>	45
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Advertising</i>	46
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Convenience</i>	46
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Social Influence</i>	47
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	66
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	66
Tabel IV- 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan	67
Tabel IV- 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi	68
Tabel IV- 7 Uji Validitas Variabel <i>Advertising</i>	69
Tabel IV- 8 Uji Validitas Variabel <i>Convenience</i>	70
Tabel IV- 9 Uji Validitas Variabel <i>Social Influence</i>	70
Tabel IV- 10 Uji Validitas Variabel <i>User Behavior</i>	71
Tabel IV- 11 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel IV- 12 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	73
Tabel IV- 13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	74
Tabel IV- 14 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	76
Tabel IV- 15 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	78
Tabel IV- 16 Hasil Uji Simultan (Uji F)	80
Tabel IV- 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Nilai Transaksi <i>Marektplace</i> di Indonesia	2
Gambar I. 2 Jumlah Pengunjung <i>Marketplace</i> di Indonesia	3
Gambar II.1 Model Empiris	41
Gambar IV. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner
Lampiran 2	: Data Responden
Lampiran 3	: Tabulasi Data Kuesioner
Lampiran 4	: Hasil Uji Validitas
Lampiran 5	: Hasil Uji Reabilitas
Lampiran 6	: Hasil Uji Reabilitas
Lampiran 7	: Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Lampiran 8	: Hasil Uji Hipotesis
Lampiran 9	: Tabel r
Lampiran 10	: Tabel t
Lampiran 11	: Tabel f
Lampiran 12	: Kartu Konsultasi Skripsi
Lampiran 13	: Kartu Peserta Seminar

