

HALAMAN MOTTO

“Mencari Sampai Mendapatkan Kebenaran Dalam Tindak Ketenangan”

“Mersudi Patitising Tindak Pusakane Titising Hening”

-Saring Hadi Poernomo-



HALAMAN PERSEMBAHAN

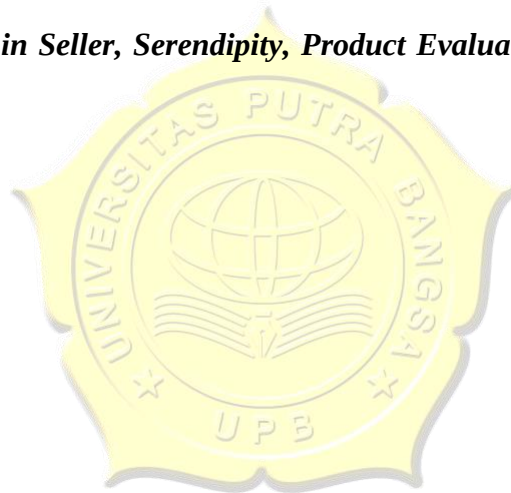
Penyusunan skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kepada kedua orang tua serta kakak adik yang selalu memberikan doa dan dukungan penuh selama proses penyelesaian skripsi ini. Setiap doa dan semangat yang diberikan menjadi pendorong utama dalam mengatasi setiap tantangan yang dihadapi.
2. Khususnya kepada Bapak Dr. Sulis Riptiono, S.E., M.M., sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, nasihat, serta arahan yang sangat berharga dalam setiap langkah penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas dedikasi dan waktu yang telah diberikan untuk membantu saya mencapai tujuan akademis ini.
3. Tidak lupa kepada seluruh teman-teman serta semua pihak yang turut serta memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam perjalanan penulisan skripsi ini. Meskipun tidak dapat disebutkan satu per satu namanya, kontribusi dan dukungan mereka tidak pernah terlupakan. Semoga Tuhan senantiasa membalas segala kebaikan yang telah diberikan oleh mereka semua.

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *trust in seller*, *serendipity*, dan *product evaluation* terhadap *online purchase intention*, dengan *attitude* sebagai variabel intervening, pada pengguna platform *Shopee Live Streaming* di Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kebumen. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan teknik purposive sampling. Hipotesis dalam penelitian ini diuji menggunakan SEM-PLS dengan SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trust in seller* berpengaruh positif terhadap *online purchase intention*, *serendipity* berpengaruh positif terhadap *online purchase intention*, *product evaluation* berpengaruh positif terhadap *online purchase intention*, *attitude* berpengaruh positif terhadap *online purchase intention*. Selain itu, *trust in seller* berpengaruh positif terhadap *attitude*, *serendipity* berpengaruh positif terhadap *attitude*, dan *product evaluation* berpengaruh positif terhadap *attitude*. Lebih lanjut, *attitude* berhasil memediasi pengaruh *trust in seller* terhadap *online purchase intention*, *serendipity* terhadap *online purchase intention*, dan *product evaluation* terhadap *online purchase intention*.

Kata Kunci: *Trust in Seller, Serendipity, Product Evaluation, Attitude, Online Purchase Intention*



ABSTRACT

This research was conducted to determine the influence of trust in seller, serendipity, and product evaluation on online purchase intention, with attitude as an intervening variable, on users of the Shopee Live Streaming platform in Kebumen. The population in this research are people in Kebumen. Data collection was carried out using a questionnaire with a purposive sampling technique. The hypothesis in this research was tested using SEM-PLS with SmartPLS 3. The results showed that trust in seller had a positive effect on online purchase intention, serendipity had a positive effect on online purchase intention, product evaluation had a positive effect on online purchase intention, attitude had a positive effect on online purchase intention. intention. Apart from that, trust in seller has a positive effect on attitude, serendipity has a positive effect on attitude, and product evaluation has a positive effect on attitude. Furthermore, attitude succeeded in mediating the influence of trust in seller on online purchase intention, serendipity on online purchase intention, and product evaluation on online purchase intention.

Keywords: Trust in Seller, Serendipity, Product Evaluation, Attitude, Online Purchase Intention



KATA PENGANTAR

Dengan rasa syukur yang mendalam, penulis ingin menyampaikan segala puji dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah dan limpahan-Nya, yang telah memberikan keberkahan dan kemampuan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan judul " **Pengaruh *Trust In Seller*, *Serendipity*, Dan *Product Evaluation* Terhadap *Online Purchase Intention* Melalui *Attitude* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Platform Shopee Live Streaming Di Kebumen)**. Penulisan skripsi ini disusun sebagai upaya untuk memenuhi persyaratan dalam meraih gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen S1 di Universitas Putra Bangsa.

Dalam skripsi ini, disajikan analisis mengenai dampak *Trust in Seller*, *Serendipity*, dan *Product Evaluation* terhadap *Online Purchase Intention*, dengan melibatkan *Attitude* sebagai variabel yang memediasi. Penelitian ini menyoroti bahwa setiap hubungan antar variabel tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian online pada pengguna platform Shopee *Live Streaming* di Kebumen, dengan melibatkan sebanyak 180 responden sebagai sampel penelitian.

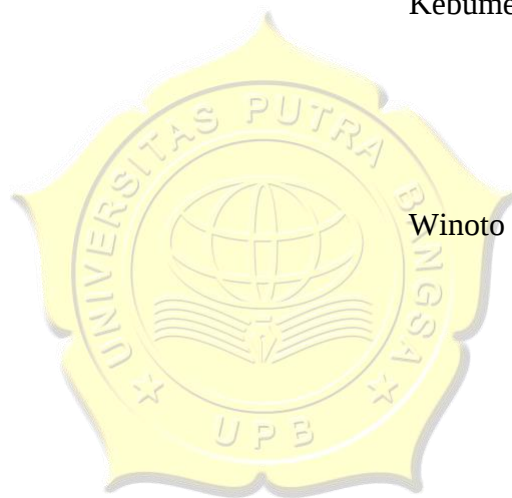
Penyelesaian skripsi ini merupakan hasil dari kerjasama dan dukungan dari berbagai pihak yang telah turut membantu penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada semua yang telah memberikan kontribusi dan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini:

1. Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Sulis Riptiono, S.E., M.M. yang telah dengan penuh kesabaran dan dedikasi meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berharga selama proses penulisan skripsi ini. Keberhasilan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari kontribusi dan panduan beliau, yang turut membantu memperkaya pemahaman penulis terhadap materi dan mengarahkan penelitian ini menuju hasil yang optimal.
2. Kedua orang tua, yang senantiasa memberikan doa-doa restu serta dukungan tanpa henti dalam segala bentuknya. Dukungan yang diberikan oleh keduanya telah menjadi sumber inspirasi dan kekuatan yang tak ternilai bagi penulis, mendorongnya untuk terus maju dan mengatasi setiap rintangan yang dihadapi.
3. Seluruh partisipan penelitian yang merupakan pengguna platform *Shopee Live Streaming* di Kebumen, layak diapresiasi karena telah menyisihkan waktu dan memberikan kesediaan mereka untuk menjadi subjek dalam penelitian ini. Dengan kesediaan mereka untuk berpartisipasi, mereka telah memberikan kontribusi yang berharga dalam menghasilkan data yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan memperkaya pemahaman kita tentang topik yang diteliti.
4. Rekan magang dan keluarga besar dosen serta karyawan Universitas Putra Bangsa telah memberikan semangat dan dukungan yang luar biasa selama proses penyusunan kata demi kata dalam penulisan skripsi ini.

5. Teman-teman dari kelas 7MJRF dan 7MJKA yang kompak dan solid telah menunjukkan tekad yang sama dalam proses penyusunan skripsi, sehingga menjadi dukungan yang tak ternilai harganya.

Penulis menyadari bahwa dalam pengungkapan, penyajian, dan pemilihan kata-kata, serta pembahasan materi skripsi ini, masih terdapat ruang untuk peningkatan. Dengan demikian, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat yang besar bagi semua pihak yang terlibat.

Kebumen, 29 April 2025



Winoto

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	15
1.3. Batasan Masalah	17
1.4. Tujuan Penelitian	22
1.5. Manfaat Penelitian	24
BAB II.....	26
KAJIAN PUSTAKA.....	26
2.1. Tinjauan Teori.....	26

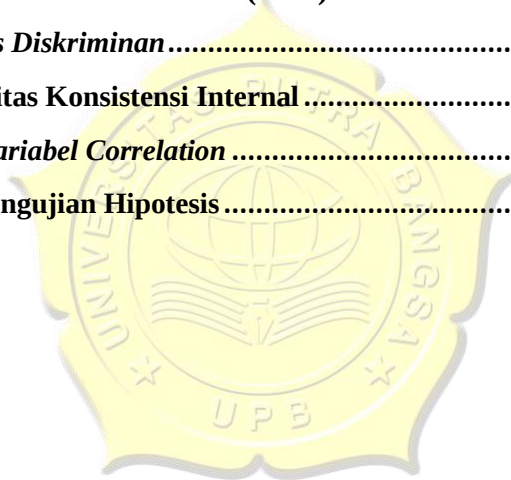
2.1.1	<i>Online Purchase Intention</i>	26
2.1.2.	<i>Attitude</i>	30
2.2.3.	<i>Trust in Seller</i>	35
2.2.4.	<i>Serendipity</i>	38
2.2.5.	<i>Product Evaluation</i>	42
2.1.	Penelitian Terdahulu	45
2.2.	Hubungan Antar Variabel	63
2.3.	Model Empiris	72
2.4.	Hipotesis	73
BAB III		75
METODE PENELITIAN.....		75
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian.....	75
3.2.	Variabel Penelitian.....	75
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	76
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	81
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data	83
3.6.	Populasi dan Sampel	86
3.7.	Teknik Analisis	88
3.8.	Metode Analisis Data.....	89
BAB IV		97
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		97
4.1.	Analisis Deskriptif	97
4.2.	Analisis Statistik	101
4.3.	Pengujian Hipotesis	107
4.4.	Pembahasan.....	113

BAB V	123
SIMPULAN	123
5.1. Simpulan	123
5.2. Keterbatasan.....	126
5.3. Implikasi	128
5.3.1 Implikasi Praktis	128
5.3.2 Implikasi Teoritis	129
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN.....	137



DAFTAR TABEL

Tabel I – 1 <i>Top Brand Indeks 2021-2023</i>	3
Tabel I – 2 Data Pengguna <i>Live Streaming Pada E-Commerce</i>	7
Tabel I – 3 Hasil Observasi	9
Tabel II – 1 Penelitian Terdahulu	59
Tabel II – 2 Pernyataan Hipotesis	73
Tabel III – 1 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Online Purchase Intention</i>	77
Tabel III – 2 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Attitude</i>	78
Tabel III – 3 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Trust in Seller</i>	79
Tabel III – 4 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Serendipity</i>	80
Tabel III – 5 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Product Evaluation</i>	81
Tabel IV – 1 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	102
Tabel IV – 2 <i>Validitas Diskriminan</i>	104
Tabel IV – 3 Reliabilitas Konsistensi Internal	105
Tabel IV – 4 <i>Laten Variabel Correlation</i>	106
Tabel IV – 5 Hasil Pengujian Hipotesis.....	108



DAFTAR GAMBAR

Gambar II - 1 Model Empiris	73
Gambar IV - 1 Responden Berdasarkan Status Pembelian.....	98
Gambar IV - 2 Responden Berdasarkan Umur	99
Gambar IV - 3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	100
Gambar IV - 4 Outer Loading	101
Gambar IV - 5 Hasil Pengujian Hipotesis.....	107



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Kuisisioner	138
Lampiran 2 – Rekapitulasi Hasil Kuisisioner	144
Lampiran 3 – Hasil Uji Validitas.....	155
Lampiran 4 – Hasil Uji Reliabilitas Konsisten Internal	157
Lampiran 5 – Hasil Pengujian Inner Model.....	158
Lampiran 6 – Pengujian Hipotesis	159
Lampiran 7 – Kartu Konsultasi Skripsi	160
Lampiran 8 – Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal Skripsi	161

