

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN
ONLINE PADA MARKETPLACE ZALORA DI KOTA PADANG**

SKRIPSI



OLEH :

OSSI ADELINA PUTRI

1810011211080

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
KOTA PADANG**

2022

KATA PENGANTAR



Puji syukur Alhamdulillah penulis sampaikan atas kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Online Pada Marketplace Zalora Di Kota Padang**”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademis dalam rangka menempuh ujian komprehensif sarjana dan untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta Padang.

Dalam melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada orang-orang yang telah memberikan kontribusi dan motivasi kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Tafdil Husni, S.E., MBA selaku Rektor Universitas Bung Hatta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu dengan kebijaksanaannya.

2. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si dan Ibu Herawati S.E., M.Si., Ak. Selaku Dekan dan wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta
3. Ibu Lindawati, S.E, M.Si dan Bapak Purbo Jadmiko, S.E, M.Sc selaku ketua dan sekretaris jurusan Manajemen Universitas Bung Hatta yang telah bersedia membantu segala administrasi penulis dari awal penelitian.
4. Bapak Purbo Jadmiko, S.E, M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan fikiran dalam memberikan bimbingan baik berupa pemahaman, petunjuk maupun saran-saran atau pendapat yang sangat penulis butuhkan dalam penelitian ini.
5. Segenap dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan semasa perkuliahan dan para karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta yang telah memberikan bantuan demi kelancaran penelitian ini.
6. Orang tua tercinta “Papa dan Mama” yang sangat penulis cintai yang selalu mendoakan penulis, memberikan motivasi, baik dalam segi moril maupun materil, semangat yang tiada hentinya dan dukungan bagi penulis baik dalam pembuatan skripsi maupun dalam perkuliahan penulis. Berkat Do’a merekalah penulis dapat mewujudkan semua cita-cita dan impian menjadi seorang Sarjana Manajemen.
7. Keluarga besar tercinta Kakakku Yolla Adelina Utami, adikku Saskia Adelina Putri, serta penghuni kos umi, Ayuk Peggy Megisca, adikku Maulyda Savira, adikku Lailatul Messya dan Aura Delfacyo yang telah memberikan semangat,

kasih sayang, pengertian serta selalu mengingatkan demi kelancaran pendidikan penulis di Universitas Bung Hatta.

8. Untuk sahabat seperjuanganku semasa kuliah Annisa Febriana, Reni Anggraini, Reska Agnesia, Sarah Indriani dan Yoga Saputra terimakasih untuk semangat, meluangkan waktu untuk menemani dalam setiap langkah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Semoga Allah selalu melindungi kita semua sukses dunia dan akhirat, Aamiin.
9. Untuk sahabat tercinta Milla Niwarna, Nessia Kournikova Cedli dan Mirza Urazaq Alfi yang selalu bersedia mendengarkan keluh kesah penulis serta memberikan semangat, dorongan serta selalu bersedia meluangkan waktu untuk menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
10. Dan terimakasih kepada Andri Fuandi yang selalu mendukung, memotivasi, siap menemani setiap saat serta selalu mendengarkan keluh kesah. Semoga sukses dengan jalan masing-masing.
11. Kepada seluruh teman-teman jurusan Manajemen angkatan 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta yang sedang berjuang maupun yang sudah mendapatkan gelar sarjana, penulis mengucapkan terimakasih atas kebersamaannya dalam perkuliahan.
12. Untuk seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini. Dan seluruh pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Support kalian semua sangat berarti bagi penulis. Terimakasih .

13. For the last one, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive.

Penulis menyadari bahwa, skripsi pada penelitian yang penulis tulis ini masih jauh dari kesempurnaan, banyak kekurangan didalam penulisan skripsi ini. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak, demi kesempurnaan penulis pada masa yang akan datang. Semoga penelitian ini berguna dan bermanfaat untuk kita semua, terimakasih.

Padang, Juli 2022

Ossi Adelina Putri

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Ossi Adelina Putri

Npm : 1810011211080

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Online Pada Marketplace Zalora di Kota Padang

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari **Sabtu, 25 Juli 2022**.

Disetujui oleh,

Pembimbing

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta



Purbo Jadmiko SE.,M. Sc



Dr. Emi Febrina Harahap, SE.,M.Si

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN *ONLINE* PADA
MARKETPLACE ZALORA DI KOTA PADANG**

Ossi Adelina Putri¹, Purbo Jadmiko²

Mahasiswa dan Dosen Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail : ossiadelina1309@gmail.com¹, purbojadmiko@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seperti apa perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian pada *marketplace* Zalora di Kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan *marketplace* Zalora di Kota Padang yang tidak diketahui dengan pasti jumlahnya, dengan jumlah sampel 80 responden. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Metode analisa data yang digunakan adalah uji CFA dan EFA.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa terdapat tiga faktor, faktor pertama *Brand Image* terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Zalora dengan empat pernyataan positif terhadap *marketplace* Zalora. Faktor kedua diberi nama Promosi dengan lima pernyataan yang positif. Faktor ketiga diberi nama Keberagaman Produk pada *marketplace* Zalora dengan empat pernyataan yang positif.

Kata Kunci : Faktor-Faktor Perilaku Konsumen yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.

Abstract

This study aims to find out what consumer behavior influences purchasing decisions on the Zalora marketplace in Padang City. The population in this study are consumers who use the Zalora marketplace in the city of Padang whose exact number is not known, with a sample of 80 respondents. The sampling method in this research is purposive sampling. The type of data used is primary data through questionnaires. The data analysis method used is the CFA and EFA tests.

The results of this study found that there are three factors, the first factor is Brand Image on purchasing decisions on the Zalora marketplace with four positive statements on the Zalora marketplace. The second factor is named Promotion with five positive statements. The third factor is named Product Diversity in the Zalora marketplace with four positive statements.

Keywords : *Consumer Behavior Factors Affecting Consumer Behavior.*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	I
ABSTRAK	VI
DAFTAR TABEL	IX
DAFTAR GAMBAR	X
DAFTAR LAMPIRAN	XI
BAB I	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Perumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
LANDASAN TEORI	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Perilaku Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 <i>Brand Image</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Promosi	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Keberagaman Produk	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2. Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.

3.4 Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
3.5 Uji Instrumen	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.6. Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Karakteristik Responden Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Hasil Uji Instrumen	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Hasil Analisis Faktor	Error! Bookmark not defined.
4.3 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Analisis <i>Brand Image</i> pada <i>Marketplace</i> Zalora	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Analisis Promosi pada <i>Marketplace</i> Zalora	Error! Bookmark not defined.
4.3.3 Analisis Keberagaman Produk pada <i>Marketplace</i> Zalora.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Implikasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5.3 Keterbatasan Peneliti	Error! Bookmark not defined.
5.4 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert	33
Tabel 3.2 Definisi Operasional	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	39
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan atau Uang Saku Perbulan	39
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	40
Tabel 4.6 Hasil Pengujian <i>Keiser Meyer Olkin (KMO) And Barlett's Test</i>	42
Tabel 4.7 <i>Case Processing Summary</i>	43
Tabel 4.8 <i>Reliability Statistics</i>	43
Tabel 4.9 KMO and Barlett's Test	45
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Anti Image Correlation</i>	45
Tabel 4.11 <i>Analisis Communalities</i>	46
Tabel 4.12 <i>Total Variance Explained</i>	47
Tabel 4.13 Analisis <i>Rotasi Component Matrix</i>	49
Tabel 4.14 Analisis <i>Rotasi Matrix</i>	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top <i>E-Commerce</i> berdasarkan Pengunjung	3
Gambar 1.2 Survei Awal <i>Brand Image Marketplace</i>	5
Gambar 1.3 Survei Awal <i>Brand Image Zalora</i>	5
Gambar 2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen.....	12
Gambar 2.2 Model Proses Pembelian 5 Tahap.....	16

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1	Kuesioner
Lampiran	2	Tabulasi Data
Lampiran	3	Pofil Responden
Lampiran	4	Model Analisis Faktor

