

**PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN PERSEPSI
KONTROL PERILAKU TERHADAP INTENSI PEMBELIAN**

(Studi Kasus Pengguna Lazada di Jakarta Barat)

SKRIPSI



Nama : Kusmiati Zulfa Aulia

NIM : 43116010291

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2020

**PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN PERSEPSI
KONTROL PERILAKU TERHADAP INTENSI PEMBELIAN**

(Studi Kasus Pengguna Lazada di Jakarta Barat)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS

Nama : Kusmiati Zulfa Aulia

NIM : 43116010291

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kusmiati Zulfa Aulia

NIM : 43116010291

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplak).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Juli 2020



Kusmiati Zulfa Aulia

Nim : 43116010291

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Kusmiati Zulfa Aulia
NIM : 43116010291
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol
Perilaku Terhadap Intensi Pembelian (Studi Kasus Pengguna
Aplikasi Lazada di Jakarta Barat)
Tanggal Lulus Ujian : 24 September 2020

Disahkan Oleh :

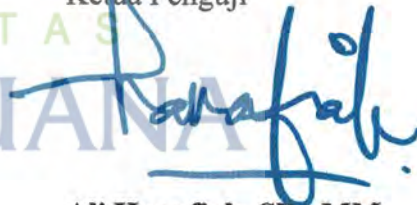
Pembimbing Skripsi



Abdul Gani, SE., MM

Tanggal : 2/10/2020

Ketua Penguji



Ali Hanafiah, SE., MM

Tanggal : 01/10/20

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA.,
CIPSAS., CMA, CSRS**

Tanggal : 18/10/2020

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal : 18/10/2020

ABSTRACT

The research aims to identify the influence of Attitude, Subjective Norms and Perceived Behavioral Control on Lazada application users. The subjects in this study were consumer who used the Lazada application in West Jakarta. The sample used in this study was 140 respondents. The sampling technique using a convenience sampling. By using quantitative descriptive approach. Therefore, the analysis of the data used is the statistical analysis in the form of SEM-PLS. The results of this study showed Attitude has a significant positive effect on the intention to buying. Subjective Norms have a significant positive effect on the intention to buying and Perceived Behavioral Control has a significant positive effect on the intention to buying.

Keyword: Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Intention to Buying Lazada application



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Intensi Pembelian pada pengguna aplikasi Lazada di Jakarta Barat. Subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan aplikasi Lazada dalam belanja. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 140 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan convenience sampling. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Sikap berpengaruh positif signifikan terhadap Intensi Pembelian. Norma Subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap Intensi Pembelian dan Persepsi Kontrol Perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap Intensi Pembelian.

Kata Kunci : Sikap, Norma Subjektif, *Perceived Behavioral Control*, Intensi Pembelian, Aplikasi Lazada.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Intensi Pembelian (Studi Kasus Pengguna Lazada di Jakarta Barat)”**.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Abdul Gani SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan

dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip D. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak.,M.Si, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1
4. Jajaran Program studi manajemen S1, ibu Tine Yuliantini, S.Par, MM dan ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku sekretaris I dan II program studi Manajemen S1.
5. Kedua orangtua tercinta Bapak Muhamad Untung Surapati dan Ibu Teti motivasi terbesar yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
6. Teman dan Sahabat Ormawa FEB khususnya Badan Eksekutif Mahasiswa Periode 2017-2018, dan Badan Eksekutif Mahasiswa Periode 2018-2019. Sudah mampu memberikan pengalaman berharga dalam berorganisasi yang baik selama penulis berada di dalam Ormawa Badan Eksekutif Mahasiswa periode 2017-2018 dan periode 2018-2019. Terimakasih telah menjadi keluarga yang hebat di dalam sebuah organisasi yang hebat.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.

8. Teman seperjuangan Nindita Novi, Ajeng Irma, Firdha Yulianti, Sekar Arum, Urba, Dewi Zulfah, Reny, Maydena yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan bertukar pikiran.
9. Sahabat tercinta Risma Nurjanah dan Ramadhian Stephany yang selalu ada di kala senang dan sedih.
10. Teman-teman Management Club yang berprestasi.
11. Staf dan teman-teman marketing Universitas Mercu Buana.
12. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 21 Juli 2020

Kusmiati Zulfa Aulia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	17
C. Tujuan Penelitian dan Kontribusi Penelitian	17
1. Tujuan Penelitian	17
2. Kontribusi Penelitian	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	19
A. Kajian Pustaka	19
1. Situs Belanja <i>Online</i>	19
2. Perilaku Konsumen.....	20
3. <i>Theory Of Planned Behavior</i>	22
4. Intensi Pembelian.....	25
5. Sikap	30
6. Norma Subjektif.....	30
7. Persepsi Kontrol Perilaku	39
8. Penelitian Terdahulu	42
9. Hubungan Antar Variabel.....	47
B. Kerangka Pemikiran	49
C. Hipotesis	50
BAB III METODE PENELITIAN	52

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	52
B. Desain Penelitian	52
B. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	53
1. Definisi Variabel.....	53
2. Operasionalisasi Variabel	55
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	57
1. Populasi Penelitian.....	57
2. Sampel Penelitian	57
E. Teknik Pengumpulan Data.....	58
F. Metode Analisis Data	60
1. Analisis Partial Least Square	60
2. Langkah – Langkah Pengujian Analisis PLS.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	66
B. Statistik Deskriptif	68
1. Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
2. Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	69
3. Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	70
4. Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran	70
5. Deskriptif Jawaban Responden.....	71
C. Metode Analisis Data Partial Least Square (PLS).....	74
1. Evaluasi Measurement (Outer Model).....	75
2. Evaluasi Measurement (Inner Model)	84
D. Pembahasan	89
1. Pengaruh Sikap terhadap Intensi pembelian di Lazada	89
2. Pengaruh Norma Subjektif terhadap Intensi pembelian di Lazada.....	90
3. Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Intensi pembelian di Lazada	90
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	92
1. Simpulan.....	92
2. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Survey Awal	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	56
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	60
Tabel 3.3 <i>Rule of Thumb</i> Validitas <i>Outer Model</i> Reflektif.....	62
Tabel 3.4 <i>Rule of Thumb</i> Realibilitas <i>Outer Model</i> Reflektif.....	63
Tabel 3.5 Ringkasan Kriteria Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	65
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	70
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	71
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Sikap.....	71
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Norma Subjektif	72
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Perceived Behavioral Control	73
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Intensi Pembelian	74
Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	77
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	78
Tabel 4.11 Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Outer Loadings</i>).....	80
Tabel 4.12 Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Formel Larcker</i>).....	82
Tabel 4.13 Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	83
Tabel 4.14 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	83

Tabel 4.15 Hasil Pengujian Hipotesis.....	85
Tabel 4.16 Nilai R ² Variabel Endogen.....	85
Tabel 4.17 Hasil Pengujian f 2 Effect Size.....	86
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Prediction Relevance (Q2).....	87



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia tahun 2013-2018	3
Gambar 1.2 Penggunaan Internet Berdasarkan Perangkat Yang Digunakan...	4
Gambar 1.3 Perilaku Pengguna Internet Indonesia.....	5
Gambar 1.4 Pertumbuhan <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	6
Gambar 1.5 Konten Komersial yang Digunakan Untuk Belanja Online	7
Gambar 1.6 Persaingan Toko Online di Indonesia	8
Gambar 1.7 Data Situs Jual Beli Online.....	9
Gambar 1.8 Pertumbuhan Konsumen Lazada Indonesia.....	10
Gambar 1.9 Tren penggunaan e-commerce berdasarkan gender.....	11
Gambar 1.10 Market Share Lazada Indonesia.....	12
Gambar 2.1 Kerangka Kerja <i>Theory Of Planned Behavior</i>	23
Gambar 2.2 Model Rerangka Konseptual Penelitian.....	50
Gambar 4.1 Hasil Algorithm PLS.....	76
Gambar 4.2 Hasil Algorithm PLS (Modifikasi).....	79
Gambar 4.3 Hasil <i>Bootstraping</i>	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	105
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	110
Lampiran 3 Hasil Statistik Deskriptif	118
Lampiran 4 Hasil Pengujian <i>Measurement (Outer Model)</i>	121
Lampiran 5 Hasil Pengujian Hipotesis(<i>Inner Model</i>).....	128



UNIVERSITAS
MERCU BUANA