



**MINAT PEMBELIAN ONLINE SEPATU *SNEAKERS*  
DI MASA PANDEMI COVID-19  
(Studi Kasus Pada SneakersDept)**



**TESIS**

**PRASETYO ALDIANSYAH**

**UNIVERSITAS  
55119110089  
MERCU BUANA**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2021**

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to analyze and examine the relationship between product perception, corporate image, price perception and trust in online purchase intention of sneakers during the covid-19 pandemic with the object of research on the SneakersDept online store. This study involved 140 SneakersDept Instagram followers who had never bought sneakers. The researcher used Sequence Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS) as the technique used to analyze the measurement model and structural model. The results of this study indicate that product perception, corporate image and price perception have a significant influence on consumer trust in online purchase intention. Theoretical and practical implications, researchers need to test the variables of trust and purchase intention using other variables and the SneakerDept managerial needs to pay attention to consumers who already have the habit and experience of shopping through social media and e-commerce.*

**Keywords:** *Product, Corporate Image, Perceived Price, Trust and Online Purchase Intention*



## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis dan menguji hubungan antara persepsi produk, citra perusahaan, persepsi harga terhadap kepercayaan pada minat pembelian secara online sepatu sneakers di masa pandemi covid-19 dengan objek penelitian toko online SneakersDept. Studi ini melibatkan 140 *followers* Instagram SneakersDept yang belum pernah membeli sepatu sneakers. Peneliti menggunakan *Sequence Equation Modelling Partial Least Square* (SEM-PLS) sebagai teknik yang digunakan untuk menganalisis model pengukuran dan model struktural. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi produk, citra perusahaan dan persepsi harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen dalam minat pembelian online. Implikasi teoritis dan praktis, peneliti perlu melakukan pengujian variabel kepercayaan dan minat pembelian menggunakan variabel lain dan manajerial SneakerDept perlu memperhatikan konsumen yang sudah memiliki kebiasaan dan pengalaman berbelanja melalui sosial media maupun *e-commerce*

**Kata kunci:** Produk, Citra Perusahaan, Persepsi Harga, Kepercayaan dan Minat Pembelian Online



## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Prasetyo Aldiansyah  
NIM : 55119110089  
Program Studi : MM Marketing

dengan judul “*Minat Pembelian Online Sepatu Sneakers Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus SneakersDept)*”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 09/08/21, didapatkan nilai persentase sebesar 30 %.

Jakarta, 09. Agustus 2021  
Administrator Turnitin

  
Arie Pangudi, A.Md

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Minat Pembelian Online Sepatu Sneakers Di Masa  
Pandemi Covid-19 (Studi Kasus SneakersDept)  
Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan  
Nama : Prasetyo Aldiansyah  
NIM : 55119110089  
Program : Magister Manajemen  
Tanggal : 29 Juli 2021

Mengesahkan

Pembimbing



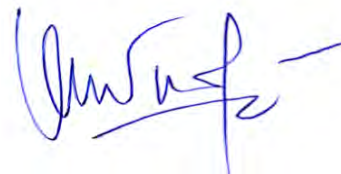
(Dr. Sri Hartono, MM)

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis    Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si.)



(Dr. Indra Siswanti, SE, MM.)

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Minat Pembelian *Online* Sepatu Sneakers Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus SneakersDept)  
Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan  
Nama : Prasetyo Aldiansyah  
NIM : 55119110089  
Program : Magister Manajemen  
Tanggal : 9 September 2021

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 9 September 2021



(Prasetyo Aldiansyah)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: Minat Pembelian Online Sepatu Sneakers Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus SneakersDept). Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini. Secara khusus penulis menyampaikan terima kasih kepada Dr. Sri Hartono, MM selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasihat-nasihat yang bermanfaat demi terselesaikannya Tesis ini. Selain itu tidak lupa penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Dr. Indra Siswanti, MM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Mercu Buana.
4. Teristimewa, Orang tua dan adik tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Tesis ini.
5. Teman seperjuangan (Hadi, Sedky, Lida, Reny, Mario, dan semua teman di kelas) yang dengan perhatian dan kesabarannya membantu serta memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam pengembangan usaha SneakersDept untuk kedepannya.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 29 Juli 2021

Prasetyo Alidiansyah





## DAFTAR ISI

ABSTRAC .....	ii
ABSTRAK .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN SIMILARITY .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
LEMBAR PERNYATAAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR GRAFIK .....	xi
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	15
1.3. Tujuan Penelitian .....	16
1.4. Kontribusi Penelitian .....	16
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
2.1. Kajian Pustaka .....	18
2.2. Penelitian Terdahulu .....	32
2.3. Pengembangan Hipotesis .....	48
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Desain Penelitian .....	51
3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	51
3.3. Populasi dan Sampel .....	55
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	57
3.5. Metode Analisis Data .....	59
<b>BAB VI. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	64
4.2. Analisis Data .....	68
4.3. Pembahasan .....	90
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	93
5.2. Saran .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>104</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.2 Data Hasil Pra Survey Minat Pembelian di SneakersDept .....	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	54
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert .....	58
Tabel 4.1 Karakteristik Responden .....	69
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Variabel Product (Produk).....	72
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Variabel Corporate Image (Citra Perusahaan).....	73
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Variabel Perceived Price (Persepsi Harga).....	74
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Trust (Kepercayaan) .....	75
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Online Purchase Intention .....	76
Tabel 4.7 Hasil pengujian Loading Factor (Outer Loading).....	79
Tabel 4.8 Hasil pengujian Discriminant Validity (Cross Loadings).....	81
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell-Lacker Criterion) .....	82
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Discriminant Validity HTMT .....	82
Tabel 4.11 Hasil pengujian AVE .....	83
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validity dan Realibility Construct.....	84
Tabel 4.13 Nilai Inner VIF .....	85
Tabel 4.14 Hasil Uji R-Square .....	85
Tabel 4.15 Hasil Uji F-Square .....	86
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Redudansi Validasi-Silang Konstruk .....	87
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis .....	88

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Peringkat Kategori Sepatu di Tokopedia Indonesia .....	12
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	50
Gambar 4.1 Gambar Model Penelitian.....	88



## DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 1.1 Worldwide Footwear Sales of Selected Sports Brand.....	3
Grafik 1.2 Revenue in the Sneakers Segment.....	4
Grafik 1.3 Pangsa Pasar (GMV) e-Commerce ASEAN (2015-2025) .....	5
Grafik 1.4 Sneakers Sold by Volume .....	7
Grafik 1.5 Jumlah Followers Instagram Sneakers Reseller .....	9
Grafik 1.6 Sales Report SneakersDept .....	10
Grafik 1.7 Perbandingan Pertumbuhan Followers dengan Pembeli Baru.....	11

