

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI, KEMUDAHAN BERTRANSAKSI
DAN SELEBRITI PENDUKUNG TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA SITUS BELANJA ONLINE TOKOPEDIA**

**(STUDI KASUS PADA MAHASISWA YANG BERDOMISILI DI
JAKARTA SELATAN)**



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA

2020

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI, KEMUDAHAN BERTRANSAKSI
DAN SELEBRITI PENDUKUNG TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA SITUS BELANJA ONLINE TOKOPEDIA**

**(STUDI KASUS PADA MAHASISWA YANG BERDOMISILI DI
JAKARTA SELATAN)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA MANAJEMEN

Program Studi Manajemen – Strata 1



OLEH:

NAMA : Hanifah Nur Alifiya

NIM : 041601503125084

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2020

**THE EFFECT OF INFORMATION QUALITY, EASE OF TRANSACTION
AND CELEBRITY ENDORSER ON CONSUMER PURCHASE INTEREST
IN THE ONLINE SHOPPING SITE TOKOPEDIA
(CASE STUDY OF COLLEGE STUDENTS DOMICILED IN SOUTH
JAKARTA)**

THESIS

The Study Program: Management



BY:

NAME : Hanifah Nur Alifiya

NIM : 041601503125084

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY

JAKARTA

2020

**THE EFFECT OF INFORMATION QUALITY, EASE OF TRANSACTION
AND CELEBRITY ENDORSER ON CONSUMER PURCHASE INTEREST
IN THE ONLINE SHOPPING SITE TOKOPEDIA
(CASE STUDY OF COLLEGE STUDENTS DOMICILED IN SOUTH
JAKARTA)**

THESIS

Presented As One Of The Conduction For Obtaining A Degree

BACHELOR OF MANAGEMENT

The Study Program Management – Strata 1



BY:

NAME : Hanifah Nur Alifiya

NIM : 041601503125084

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY

JAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hanifah Nur Alifiya

NIM : 041601503125084

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri dan seluruh isi skripsi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 03 Agustus 2020



(Hanifah Nur Alifiya)

041601503125084

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Hanifah Nur Alifiya

NIM : 041601503125084

JURUSAN : Manajemen


KONSENTRASI : Pemasaran

JUDUL SKRIPSI : **Pengaruh Kualitas Informasi, Kemudahan Bertransaksi dan Selebriti Pendukung terhadap Minat Beli Konsumen Pada Situs Belanja *Online* Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa yang Berdomisili di Jakarta Selatan)**

Jakarta, 03 Agustus 2020

 Dosen Pembimbing II


 Dosen Pembimbing I



(Yosi Stefhani, S.E., M.M)


(Dr. Subagiyo, S.E., M.M)

Dekan

Ketua Jurusan


(GL. Hery Prasetya, S.E., M.M)


(Yuslinda Nasution, S.E., M.M)

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI, KEMUDAHAN BERTRANSAKSI
DAN SELEBRITI PENDUKUNG TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA SITUS BELANJA ONLINE TOKOPEDIA**

**(STUDI KASUS PADA MAHASISWA YANG BERDOMISILI DI
JAKARTA SELATAN)**



Anggota Penguji

(Lucy Nancy Simatupang, S.E., M.M)

Anggota Penguji

(Dr. Edi Siregar, S.Pd., S.Mn., M.M)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS INFORMASI, KEMUDAHAN BERTRANSAKSI DAN SELEBRITI PENDUKUNG TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA SITUS BELANJA *ONLINE* TOKOPEDIA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA YANG BERDOMISILI DI JAKARTA SELATAN)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia.

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan baik secara moril maupun materiil sehingga skripsi ini dapat selesai. Selain itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Satya Negara Indonesia, Dra. Merry L. Panjaitan, MM, MBA.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia, GL. Hery Prasetya, SE, MM.
3. Ketua Jurusan Manajemen, Yuslinda Nasution, SE, MM, yang senantiasa memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi.

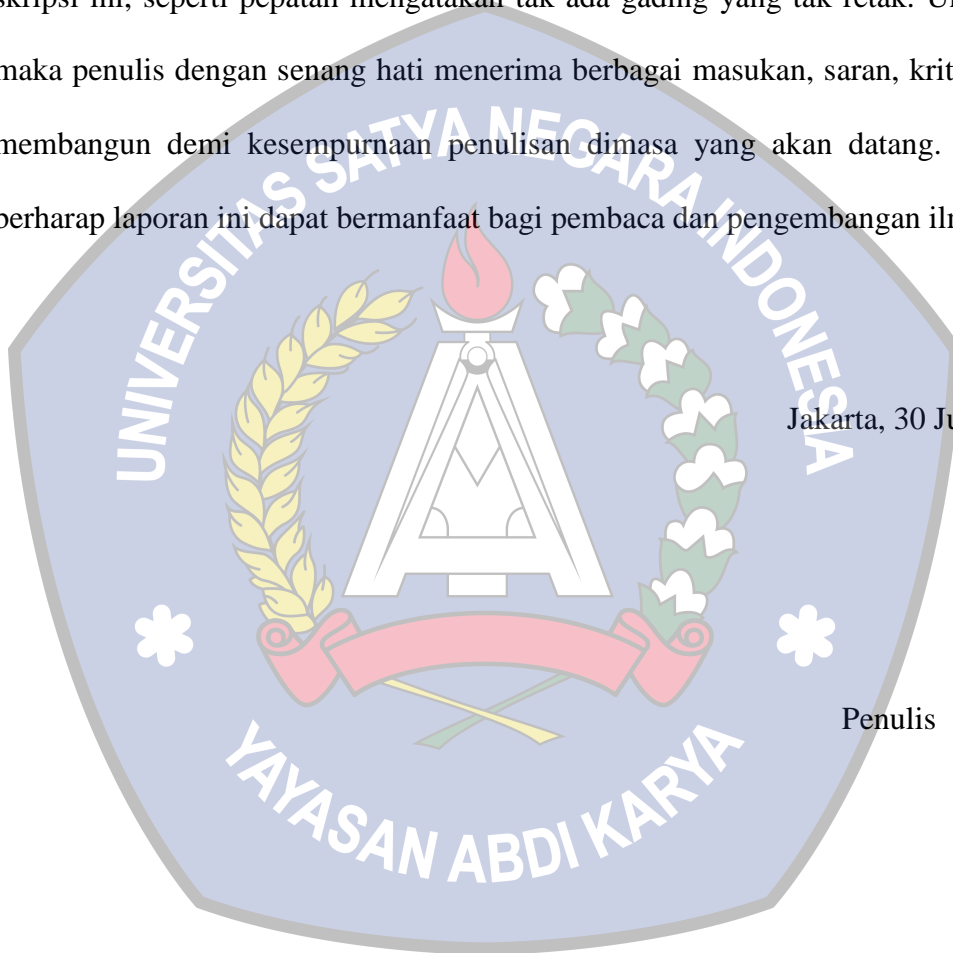
4. Bapak Dr. Subagiyo, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Ibu Yosi Stefhani, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan, motivasi dan memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak, Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Keluarga penulis, Mohamad Ali dan Lena selaku orang tua serta Muhammad Raissa Zahran selaku adik penulis, atas segala dukungan dan doa yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis 2016 yang sudah sama-sama berjuang dan membantu selama dibangku perkuliahan. Pelajaran dan kenangan menjadi bekal kehidupan saya kelak.
9. Teman seperjuangan selama menyelesaikan skripsi Alivia Ais Febryani, Ananda Nasyatul Khoirunnissa, Eka Purnama Sari, Hany Natalia, Meilisa Hermanda, Putri Dwi Pangestika, Diajeng Rafika, Yunida Harningtyas, Alfi Hoiroh, Arhan Alfiansyah, dan Lutfi Alfarisy yang telah bersama-sama sampai akhir semester. Terimakasih atas dukungan dan doa yang tiada henti dari kalian, sahabat-sahabat yang telah berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan skripsi ini, sampai pada akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

10. Dan, seluruh orang yang sudah ikhlas membantu saya menyelesaikan skripsi ini, baik semua responden, serta sahabat penulis Ismi Nurul dan Desya Amelia.

Penulis dengan ini menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, seperti pepatah mengatakan tak ada gading yang tak retak. Untuk itu maka penulis dengan senang hati menerima berbagai masukan, saran, kritik yang membangun demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang. Penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengembangan ilmu.

Jakarta, 30 Juli 2020

Penulis



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Informasi, Kemudahan Bertransaksi dan Selebriti Pendukung terhadap Minat Beli Konsumen pada situs belanja *online* Tokopedia. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dan hasil dari penelitian ini berdasarkan jawaban responden dengan menggunakan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang berdomisili di Jakarta Selatan yang menggunakan Tokopedia, sampel dalam penelitian ini berjumlah 125. Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis (Uji F dan Uji t) dan Koefisien Determinasi. Berdasarkan hasil Uji Hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan Uji F dan Uji t menunjukkan bahwa variabel Kualitas Informasi (X_1), Kemudahan Bertransaksi (X_2) dan Selebriti Pendukung (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen (Y).

Kata Kunci: Kualitas Informasi, Kemudahan Bertransaksi, Selebriti Pendukung dan Minat Beli Konsumen.



ABSTRACT

This research aims to determine the effect of Information Quality, Ease of Transaction and Celebrity Endorser on Consumer Purchase Interest in the online shopping site Tokopedia. The method used in this research is a quantitative method and the results of this research are based on respondents answers using a likert scale. The population in this research is college students domiciled in South Jakarta who used Tokopedia, the sample in this research amounted to 125. Data analysis methods used in this research are Multiple Linear Regression Test, Hypothesis Test (F Test and t Test) and Determination Coefficient. Based on the results of the Hypothesis Test using F Test and t Test shows that the variable of Information Quality (X_1), Ease of Transaction (X_2) and Celebrity Endorser (X_3) have a significant effect on Consumer Purchase Interest (Y).

Keywords: *Information Quality, Ease of Transaction, Celebrity Endorser and Consumer Purchase Interest.*

