

**ANALISIS KEHADIRAN *MARKETPLACE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PELANGGAN TOKO KONVENSIONAL AMSAL MART
DESA MOROSENENG KECAMATAN BATANGHARI NUBAN KABUPATEN
LAMPUNG TIMUR**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam
Menyelesaikan program Sarjana Manajemen



Oleh :

YULIANO CAHYA PRATAMA

17610135

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
TAHUN 2021**



**ANALISIS KEHADIRAN *MARKETPLACE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PELANGGAN TOKO KONVENSIONAL AMSAL MART
DESA MOROSENENG KECAMATAN BATANGHARI NUBAN KABUPATEN
LAMPUNG TIMUR**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

Oleh :

**YULIANO CAHYA PRATAMA
17610135**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2021**

ABSTRAK

Yuliano Cahya Pratama. 17610135 “Analisis Kehadiran *Marketplace* Terhadap Keputusan Pembelian Pada pelanggan Toko konvensional Amsalmart Desa Moroseneng Kecamatan Batanghari Nuban Lampung Timur”. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Kota Metro. Pembimbing (I) H. Suwanto, S.E,M.M. Pembimbing (II) Nina lelawati, S.E,M.M.

Penelitian ini meneliti tentang kehadiran *Marketplace* terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Toko Konvensional Amsalmart Desa Moroseneng kecamatan Batanghari Nuban Kabupaten Lampung Timur Dengan menggunakan indikator Harga, kelengkapan produk, kemudahan, serta promosi. Dimana pada perkembangan perusahaan mengalami penurunan Penjualan akibat Maraknya Penggunaan Aplikasi belanja *online* pada pelanggan Toko Amsalmart Metode analisis yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Objek penelitian ini adalah pelanggan yang berbelanja pada Toko Amsalmart Desa Moroseneng kecamatan Batanghari Nuban Kabupaten Lampung Timur. Jumlah sampel sebanyak 65 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan studi pustaka, wawancara, observasi dan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan SPSS 20 meliputi uji persyaratan uji persyaratan instrument, uji persyaratan analisis dan uji hipotesis. Kesimpulan secara simultan keempat variabel menunjukkan pengaruh dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pelanggan, maka dalam jurnal ini membahas tentang kehadiran *Marketplace* terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Toko Konvensional Amsalmart Desa Moroseneng kecamatan Batanghari Nuban Kabupaten Lampung Timur Dengan menggunakan indikator Harga, kelengkapan produk, kemudahan, serta promosi.

Kata Kunci: Kehadiran marketplace, Harga, kelengkapan Produk, kemudahan, promosi

ABSTRACT

Yuliano Cahya Pratama. 17610135 "Analysis of Marketplace Presence on Buying Interest in Customers of Amsalmart Conventional Stores, Moroseneng Village, Batanghari Nuban District, East Lampung". Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah, Metro City. Supervisor (I) H. Suwanto, S.E,M.M. Supervisor (II) Nina Ielawati, S.E,M.M.

This study examines the presence of the Marketplace on buying interest in the customers of the AMSAL MART Conventional Store, Moroseneng Village, Batanghari Nuban District, East Lampung Regency by using price indicators, product completeness, convenience, and promotion. The development of the company experienced a decline in sales due to the widespread use of online shopping applications on customers of the AMSAL MART store. The analytical method used was quantitative research. The object of this research is customers who shop at the Proverbs mart store, Moro Happy Village, Batanghari Nuban sub-district, East Lampung Regency. The number of samples is 65 respondents—data collection techniques using literature study, interviews, observations, and questionnaires. Data analysis techniques using SPSS 20 include testing the instrument requirements test, analysis requirements, and hypothesis testing. The conclusion is that the four variables simultaneously show a significant and significant effect on customer buying interest. So, this journal discusses the presence of the Marketplace on buying interest in customers of the AMSAL MART Conventional Store, Moro Glad Village, Batanghari Nuban District, East Lampung Regency, and promotions.

Keywords: Marketplace presence, price, product completeness, convenience, promotion

RINGKASAN

Yuliano Cahya Pratama. 17610135 “Analisis Kehadiran *Marketplace* Terhadap Minat Beli Pada pelanggan Toko konvensional Amsalmart Desa Moroseneng Kecamatan Batanghari Nuban Lampung Timur”. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Kota Metro. Pembimbing (I) H. Suwanto, S.E,M.M. Pembimbing (II) Nina lelawati, S.E,M.M.

pemasaran atau marketing adalah sebuah usaha yang di lakukan oleh sebuah perusahaan dengan cara mempromosikan barang dengan cara dan setrategi tertentu. kegiatan tersebut meliputi pengiklanan, penjualan, pengiriman produk kepada konsumen, serta pemberian pelayanan yang dapat mempengaruhi konsumen dalam aktifitas pembelian sebuah produk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh kehadiran *marketplace* Terhadap toko konvensional dengan menggunakan variabel Harga, Kelengkapan Produk, Kemudahan Serta Promosi.Terhadap Minat beli Pada pelanggan Toko Konvensional Amsalmart. Model Penelitian ini adalah Model kuantitatif Deskriptif analitik,menggunakan metode analisis Regresi linier berganda, Penelitian ini melibatkan 65 responden yang diambil dari pelanggan Toko Amsal mart, yang juga menggunakan *marketplace* sebagai media belanja


Berdasarkan Hasil penelitian dengan menggunakan 4 fariabel bebas dan 1 variabel terikat,menunjukkan bahwa Variabl Harga, Kelengkapan produk, Kemudahan, serta promosi berpengaruh secara signifikan dimana Variabel Harga Mendapat Nilai signifikan sebesar $0.022 < 0.5$ dan t hitung $2345 > t$ tabel 2000, sedangkan Kelengkapan Produk Mendapt nilai signifikan sebesar $0.005 < 0.5$ dan t hitung $2905 > t$ tabel 2000, sedangkan variabel kemudahan mendapt signifikan $0.032 < 0.5$ dan t hitung $2197 > t$ tabel 2000 sedangkan promosi mendapat nilai signifikan sebesar $0.036 < 0.5$ t hitung $2144 > t$ tabel 2000.dan secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli pada pelanggan Toko Amsalmart.

HALAMAN PERSETUJUAN
ANALISIS KEHADIRAN *MARKETPLACE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PELANGGAN TOKO KONVENSIONAL AMSAL MART
DESA MOROSENENG KECAMATAN BATANGHARI NUBAN KABUPATEN
LAMPUNG TIMUR

SKRIPSI
YULIANO CAHYA PRATAMA
17610135

Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing Skripsi I



H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

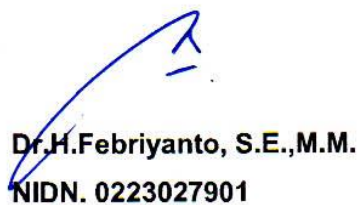
Pembimbing Skripsi II



Nina Ielawati, S.E., M.M.
NIDN. 0212028802

Menyetujui

Ka. Prodi Manajemen Ekonomi dan Bisnis,



Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS KEHADIRAN *MARKETPLACE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PELANGGAN TOKO KONVENSIONAL AMSAL MART
DESA MOROSENENG KECAMATAN BATANGHARI NUBAN KABUPATEN
LAMPUNG TIMUR

YULIANO CAHYA PRATAMA
NPM.17610124

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 2 September 2021
Tempat Ujian : Ruang Sidang FEB UM Metro
Tim Penguji,

H. Suwanto, S. E., M. M.

NIDN. 0223027901


Ketua Penguji

Nina Lelawati, S. E., M. M.

NIDN. 0212028802


Sekretaris

Dr. H. Febriyanto, S. E., M. M.

NIDN. 0210036801


Penguji Utama

Mengetahui,
Dekan


H. Suwanto, S. E., M. M.

NIDN. 0210036801



MOTTO

Sering Berfikir Negatif Akan Menyebabkan Semua Impian Besarmu Akan
Terbakar. Perjalanan Adalah Tempat Terbaik Dan Terindah Untuk
Menimba Ilmu

(**Dimas Wiradinata**)

Orang Yang Berilmu Mengetahi Orang Yang Bodoh Karena Dia Pernah
Bodoh, Sedangkan Orang Yang Bodoh Tidak Mengetahui Orang Yang
Berilmu Karena Dia Tidak Pernah Berilmu.

(**Plato**)

Jangan Sekali-Kali Percaya Pada Kasih Sayang Yang Datang Tiba-
Tiba, Karena Dia Akan Meninggalkanmu Dengan Tiba-Tiba Pula.

(**Pythagoras**)

Mengosongkan Gelas Saat Bertemu Orang Baru Adalah Hal
Mengembirakan, Sebab Gelasmu Akan Terisi Dengan Ilmu Dan
Pengalam Baru,Berjalan Dan Tataplah Kebawah Agar Hidupmu
Menjadi Lembut Dan Bijaksana

(**Yuliano Cahya Pratama**)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sujud syukurku kusembahkan kepadaMu ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirmu saya bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depanku, dalam meraih cita-cita saya. Dengan telah diselesaikannya Skripsi ini Penulis mempersembahkannya kepada:

1. Teruntuk kedua orang tua Ayahanda Bambang Supriyono dan Ibunda Maria Wati Terima kasih atas kasih sayang yang berlimpah dari mulai saya lahir, hingga saya sudah sebesar ini. Terima kasih atas limpahan doa yang tak berkesudahan. Serta segala hal yang telah kalian lakukan, semua yang terbaik.
2. Terimakasih selanjutnya untuk adik-adik saya yaitu Semi dan Tri Atmojo yang luar biasa dalam memberi dukungan dan doa yang tanpa henti. Yang selama ini sudah menjadi adik sekaligus sahabat bagi saya.
3. Untuk keluarga besarku yang selalu menasehati dan memberikan semangat demi terselesainya skripsi saya.
4. Teruntuk, sahabat-sahabatku Parningotan Siagian, Yoga Adi nugraha Yulius Teri, Edo Eka, Riki Wahyu, Alfian Goestawan, Agung Saifudin Ibrahim Rozaky, Andy Setiawan, Angelica Philia Cristi dan teman-teman seperjuangan serta semua teman-teman yang tak mungkin penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberikan semangat dan dukungan demi terselesainya skripsi ini.
5. Alamamater Universitas Muhammadiyah Metro.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, Puji dan Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan karunia-NYA penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS KEHADIRAN MARKETPLACE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PELANGGAN TOKO KONVENSIONAL AMSAL MART DESA MOROSENENG KECAMATAN BATANGHARI NUBAN KABUPATEN LAMPUNG TIMUR”**

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat dalam proses pembelajaran tahap akhir pada jenjang pendidikan Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada :

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd. Rektor Universitas Muhammadiyah Metro
2. H. Suwanto, S.E, M.M Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro Sekaligus Selaku Dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan saran, pengarahan, dan bimbingan selama menyusun skripsi ini
3. Dr. H. Febriyanto, S.E, M.M. Selaku kepala program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro
4. Nina Lelawati, S.E, M.M Selaku Dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan saran, pengarahan, dan bimbingan selama menyusun skripsi
5. Dosen fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat
6. Bapak, Ibu dan teman teman yang telah memberi masukan dan saran serta motivasi yang sangat bermanfaat bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa keterbatasan pengetahuan, dan keterampilan dalam membuat skripsi. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun yang dapat di jadikan sebagai bahan masukan bagi penulis demi kesempurnaan skripsi ini.

Metro, 26 September 2021

YULIANO CAHYA PRATAMA

NPM : 17610135

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yuliano Cahya Pratama

NPM : 17610135

Prodi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "ANALISIS KEHADIRAN MARKETPLACE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PELANGGAN TOKO KONVENSIONAL AMSAL MART DESA MOROSENENG KECAMATAN BATANGHARI NUBAN KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

" adalah karya saya dan bukan plagiat. Apabila di kemudian hari terdapat unsur plagiat dalam skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik sarjana dan saya bersedia menerima sanksi yang ditetapkan oleh universitas. Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, 26 September 2021

Yang Membuat Pernyataan



Yuliano Cahya Pratama

17610135



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO



SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 2586/II.3.AU/F/UPI-UK/2021

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

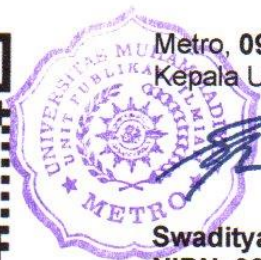
NAMA : YULIANO CAHYA PRATAMA
NPM : 17610135
JENIS DOKUMEN : SKRIPSI

JUDUL:

ANALISIS KEHADIRAN MARKETPALCE TERHADAP
KEPUTUSAN OEMBELIAN PADA PELANGGAN TOKO
KONVENSIONAL AMSAL MART DESA MOROSENENG
KECAMATAN BATANGHARI NUBAN LAMPUNG TIMUR

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 09 September 2021
Kepala Unit,

Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.
NIDN. 0224018703

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116 Iringmulyo,
Kec. Metro Timur Kota Metro, Lampung,
Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id

E-mail: upi@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	I
HALAMAN LOGO.....	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
ABSTRAK.....	v
RINGKASAN.....	vi
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vii
HALAMAN PENGESAHAN.....	viii
HALAMAN MOTO.....	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	xii
SURAT KETERANAGAN UJI KESAMAAN.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah dan Perumusan masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Ruang lingkup Penelitian.....	9
F. Sistsm Matika Penulisan.....	9

BAB II KAJIAN LITERATUR

A. Definisi Pemasaran.....	11
B. Pengertian Revolusi industry.....	12
C. Pengertian <i>Marketplace</i>	13
D. Pengertian Toko Konvensional.....	15
E. Pengertian Keputusan pembelian Masarakat.....	16
F. Pengertian Harga.....	18
G. Pengertian Kelengkapan Produk.....	20
H. Pengertian Kemudahan.....	21
I. Pengertian Promosi.....	23

J. Penelitian Relevan.....	26
K. Kerangka Pemikiran.....	28
L. Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Disain Penelitian.....	32
B. Obyek dan lokasi.....	32
C. Devinisi OPrasional Variabel.....	33
D. Kisi-kisi penelitian.....	35
E. Tahapan penelitian.....	36
F. Tehnik pengumpulan data.....	37
G. Istrumen Penelitian.....	39
H. Ujicoba statistic.....	41
I. Teknik Analisa Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A Gambaran Perusahaan.....	46
B Hasil Penelitian	48
1. Pengujian Persyaratan Instrumen.....	50
a. Uji Validitas	50
b. Uji Reabilitas	51
2. Depkripsi Data	52
a. Karakteristik Responden.....	52
b. Distribusi Data.....	53
3. Pengujian Persyaratan Analisis.....	58
c. Uji Normalitas.....	58
d. Uji Linearitas	60
e. Uji Homogenitas.....	62
4. Pengujian Model Analisis.....	64
a. Analisi Linear Berganda.....	64
b. Uji Parsial (Uji T)	65
c. Uji Simultan (Uji F)	66
d. Koefisien determinasion (R2)	66
e. Hipotesis statistic	77
C Pembahasan	70

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A Kesimpulan..... 73
B Saran..... 73

DAFTAR LITERATUR.....76
LAMPIRAN.....78
DAFTAR TABEL.....xiii
DAFTAR GAMBAR.....xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....xv

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1.1 survei tentang sosial ekonomi Transaksi melalui Marketplace.....	4
2. Tabel 1.2 Laporan Penjualan Toko Amsal Mart.....	5
3. Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
4. Tabel 3.1 kisi kisi Penelitian.....	34
5. Tabel 3.2 Sekala likert.....	38
6. Tabel 4.1 Tabel reabilitas.....	51
7. Tabel 4.2 Responden Berdasar jenis kelamin.....	52
8. Tabel 4.3 Responden berdasar pendidikan.....	52
9. Tabel 4.4 responden brdasarkan usia.....	53
10. Tabel 4.5 Frekuensi Sekor Variabel harga.....	54
11. Tabel 4.6 Frekuensi Variabel kelengkapan produk.....	55
12. Tabel 4.7 Frekuensi Variabel kemudahan.....	54
13. Tabel 4.8 Frekuensi Variabel promosi.....	57
14. Tabel 4.9 fekuensi variabel minat beli.....	58
15. Tabel 4.10 hasil uji normalitas.....	59
16. Tabel 4.11 Hasil uji Linieritas X1 terhadap Y.....	60
17. Tabel 4.12 Hasil uji linieritas X2 terhadap Y.....	60
18. Tabel 4.13 Hasil uji linieritas X3 terhadap Y.....	61
19. Tabel 4.14 Hasil uji linieritasX4 terhadap Y.....	61
20. Tabel 4.15 Hasil uji Homogenitas Y terhadap X1.....	62
21. Tabel 4.16 Hasil uji Homogenitas Y terhadap X2.....	62
22. Tabel 4.17 Hasil uji Homogenitas Y terhadap X3.....	63
23. Tabel 4.18 Hasil uji Homogenitas Y terhadap X4.....	63
24. Tabel 4.19 Hasil uji Linier Berganda.....	64
25. Tabel 4.20 Anova.....	66
26. Tabel 4.21 uji Koevisien Determinasi R2.....	67
27. Tabel 4.22 uji pengaruh Positif dan singnifikan.....	67

DAFTAR GAMBAR

1. GAMBAR 1.1 GRAFIK PENGGUNA KOMPUTER TAHUN 2019.....	2
2. GAMBAR 2.1 KERANGKA PEMIKIRAN.....	29
3. GAMBAR 4.2 HISTOGRAM VARIABEL HARGA.....	52
4. GAMBAR 4.3 HISTOGRAM VARIABEL KELENGKAPAN PRODUK.....	53
5. GAMBAR 4.4 HISTOGRAM VARIABEL KEMUDAHAN.....	54
6. GAMBAR 4.5 HISTOGRAM VARIABEL PROMOSI.....	55
7. GAMBAR 4.6 HISTOGRAM VARIABEL MINAT BELI.....	56
8. GAMBAR 4.7 P PLOT NORMALITAS.....	62

LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Kuisisioner.....	79
2. Lampiran 2 hasil rekapitulasi hasil pengumpulan jawab.....	99
3. Lampiran 3 hasil uji validitas.....	105
4. Lampiran 4 hasil uji reabilitas.....	115
5. Lampiran 5 hasil uji normalitas.....	116
6. Lampiran 6 hasil uji linierlitas.....	118
7. Lampiran 7 hasil uji homogenitas.....	120
8. Lampiran 8 hasil uji linier bergand.....	122
9. Lampiran 9 tabel r untuk df =51-100.....	127
10. Lampiran 10 tabel t untuk df=41-80.....	128
11. Lampiran 11 tabel F untuk probabilitas =0,05.....	129
12. Lampiran 12 foto barang barang yang di jual toko Amsalmart....	134
13. Lampiran konsultasi bimbingan skripsi.....	135
14. From persetujuan seminar proposal.....	136
15. From persetujuan sidang skripsi.....	137
16. Jurnal manajemen diverifikasi.....	138
17. SK pembimbing.....	139
18. Rekap nilai skripsi.....	140