

**PENGARUH SOSIAL MEDIA DAN VARIASI PRODUK
TERHADAP KEINGINAN MEMBELI MELALUI
KEPERCAYAAN: PENELITIAN TERHADAP *E-COMMERCE*
DI INDONESIA**

REYZA FAHRAZI LAMANI

1705617021



Penelitian ini disusun untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2021**

**THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA AND PRODUCT
VARIETY IN PURCHASE INTENTION THROUGH TRUST:
STUDI ON E-COMMERCE INDONESIA**

REYZA FAHRAZI LAMANI

1705617021



*Submitted to meet the Requirements for a Bachelor Degree of Management at
the Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta*

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2021**

ABSTRAK

Reyza Fahrazi Lamani. Pengaruh Sosial Media Dan Variasi Produk Terhadap Keinginan Membeli Melalui Kepercayaan: Penelitian Terhadap *E-Commerce* Di Indonesia. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta. 2021

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Sosial Media dan Variasi Produk dan Keinginan Membeli, serta pengaruh Kepercayaan terhadap Keinginan Membeli. Metode pengumpulan data menggunakan survey dengan instrument berupa kuesioner yang disebarakan kepada 215 responden yang pernah pernah mengunjungi laman website *e-commerce* Lazada. Data pada penelitian ini diolah menggunakan perangkat lunak SPSS dan Lisrel, dan dianalisis dengan teknik *Structural Equation Modelling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sosial Media berpengaruh positif terhadap Kepercayaan, Variasi Produk berpengaruh positif terhadap Kepercayaan, Sosial Media berpengaruh positif terhadap Keinginan Membeli, Variasi Produk berpengaruh positif terhadap Keinginan Membeli, dan Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Keinginan Membeli.

Kata Kunci: Sosial Media, Variasi Produk, Kepercayaan, Keinginan Membeli, *E-Commerce*, Lazada

ABSTRACT

Reyza Fahrazi Lamani. The Influence of Social Media and Product Variety In Purchase Intention Through Trust: Studi in E-commerce Indonesia. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta. 2021

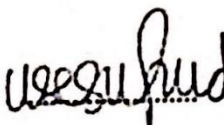




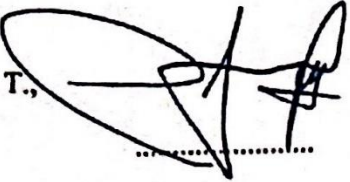
The purpose of this study was to determine the effect of social media and product variety on trust and purchase intention, and also the effect of trust on purchase intention. Methods of data collection using a survey with an instrument in the form of a questionnaire distributed to 215 respondents who have visited e-commerce website of Lazada. The data in this study were processed using SPSS and LISREL software and were analyzed using the Structural Equation Modeling technique. The results showed that Social Media had a positive effect on Trust, Product Variety had a positive effect on Trust, Social Media had a positive effect on Purchase Intention, Product Variety had a positive effect on Purchase Intention, and Trust had positive effects on Purchase Intention

Keywords: Social Media, Product Variety, Trust, Purchase Intention, E-Commerce, Lazada

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PenanggungJawab
Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Ari Saptono, S.E., M. Pd
NIP. 1972071520011121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP. 197002122008121001 (Ketua)		28 Januari 2022
2	Rahmi, S.E., M.S.M NIP. 198305012018032001 (Penguji 1)		14 Januari 2022
3	Ika Febrilia, SE, MM NIP. 198702092015042001 (Penguji 2)	 	24 Januari 2022
4	Dr. Mohamad Rizan, M.M NIP. 197206272006041001 (Pembimbing 1)		28 Januari 2022
5	Agung Kresnamurti Rivai P, S. T., M.M NIP. 197404162006041001 (Pembimbing 2)		28 Januari 2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli saya dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta ataupun di universitas lainnya.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan dimanapun, kecuali nama pengarang yang tertulis dengan jelas sebagai referensi saya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sadar dan sebenar-benarnya. Apabila suatu saat terdapat penyimpangan dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar sarjana yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 08 Februari 2022

Pembuat Pernyataan

Reyza Fahrazi

NIM. 1705617021



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN
KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung R, Jalan Rawamangun Muka,
Jakarta 13220 Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id
Laman www.fe.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Reyza Fahrizi Lamani
NIM : 1705617021
Fakultas/Prodi : Ekonomi/S1 Manajemen
Alamat Email : reyzafahrazilamani@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-Lain (.....)

Yang berjudul:

The Influence of Social Media and Product Variety In Purchase Intention Through Trust: Studi in E-commerce Indonesia.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya, dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 18 Februari 2022
(Penulis)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“The Influence of Social Media and Product Variety in Purchase Intention Through Trust: Studi in E-commerce Indonesia”**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi
2. Dr. Suherman, M.Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen
3. Dr. Mohamad Rizan, M.M. selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, motivasi, serta saran dan nasihat kepada penulis selama proses penulisan skripsi ini.
4. Agung Kresnamurti Rivai P, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, motivasi, serta saran dan nasihat kepada penulis selama proses penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu yang berharga selama perkuliahan serta seluruh staf Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dalam proses administrasi dan pemberkasan
6. Kedua orang tua dan kakak yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta doa kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Semua sahabat yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi orang banyak.

Jakarta, 25 Desember 2021

Reyza Fahrazi Lamani

