

**ANALISIS MINAT BELI TOKOPEDIA PADA GEN Z DI
JAKARTA**

RADINKA FATHANAYRA ANWARI

1702520062



**Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Terapan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*
PROGRAM STUDI PEMASARAN DIGITAL

SARJANA TERAPAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

**ANALYSIS OF TOKOPEDIA'S PURCHASE INTENTION
AMONG GENERATION Z IN JAKARTA**

RADINKA FATHANAYRA ANWARI

1702520062



This thesis was written to fulfill one of the requirements to obtain a Bachelor of Applied degree from the Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*
DEPARTMENT OF APPLIED DIGITAL MARKETING

BACHELOR OF APPLIED

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

ABSTRAK

Kemunculan platform *e-commerce* seperti Tokopedia telah mengubah cara berbelanja, terutama bagi generasi muda. Memahami faktor-faktor minat beli konsumen terhadap Tokopedia menjadi penting bagi platform untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat beli konsumen Generasi Z terhadap Tokopedia dengan menganalisis faktor-faktor yang terdapat pada *Theory of Planned Behavior* (TPB), yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui survei *online* yang disebarakan di media sosial melalui *Google Forms*. Sampel penelitian adalah konsumen Generasi Z di Jakarta. Data dianalisis menggunakan SPSS untuk menganalisis konstruk TPB. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor TPB memiliki hasil yang baik terhadap minat beli konsumen Generasi Z terhadap Tokopedia. Konsumen dengan sikap positif terhadap Tokopedia, yang merasakan tekanan norma sosial untuk membeli di platform, dan percaya mereka memiliki kemampuan untuk melakukannya, lebih cenderung menunjukkan minat beli yang kuat. Hal ini didukung oleh pernyataan pengguna memiliki sikap positif terhadap Tokopedia dan berminat membeli produk di platform tersebut, insentif yang diberikan oleh Tokopedia membuat mereka berminat untuk membeli di Tokopedia, dan pengguna sangat percaya diri dalam kemampuannya untuk membeli di Tokopedia. Platform Tokopedia mudah digunakan dan menawarkan berbagai pilihan produk dan layanan yang memudahkan pengguna dalam melakukan pembelian. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa TPB merupakan kerangka kerja yang efektif untuk memahami minat beli konsumen Generasi Z terhadap Tokopedia. Tokopedia dapat memanfaatkan temuan ini untuk mengembangkan strategi pemasaran yang tertarget, seperti membangun citra merek yang positif, memanfaatkan pengaruh sosial, dan memastikan platform yang ramah pengguna.

Kata Kunci: minat beli, gen z, tokopedia, *theory of planned behavior*, *e-commerce*


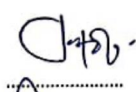
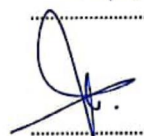



ABSTRACT

The emergence of e-commerce platforms like Tokopedia has transformed shopping behavior, especially among younger generations. Understanding the factors that influence consumer purchase intention towards Tokopedia is crucial for the platform to develop effective marketing strategies. This study aims to examine the purchase intention of Generation Z consumers towards Tokopedia by analyzing the factors in the Theory of Planned Behavior (TPB), namely attitude, subjective norms, and perceived behavioral control. The study employs a quantitative method with data collection techniques through online surveys distributed on social media using Google Forms. The research sample consists of Generation Z consumers in Jakarta. Data was analyzed using SPSS to analyze the TPB constructs. The results indicate that the TPB factors have a positive influence on the purchase intention of Generation Z consumers towards Tokopedia. Consumers with a positive attitude towards Tokopedia, who feel social normative pressure to purchase on the platform, and believe they have the ability to do so, are more likely to exhibit strong purchase intention. This is supported by statements from users indicating a positive attitude towards Tokopedia and an interest in purchasing products on the platform, the incentives provided by Tokopedia make them more likely to purchase on Tokopedia, and users are highly confident in their ability to purchase on Tokopedia. The Tokopedia platform is easy to use and offers a variety of product and service options that make it easy for users to make purchases. The findings of this study suggest that TPB is an effective framework for understanding the purchase intention of Generation Z consumers towards Tokopedia. Tokopedia can utilize these findings to develop targeted marketing strategies, such as building a positive brand image, leveraging social influence, and ensuring a user-friendly platform.

Keywords: purchase intention, generation z, tokopedia, theory of planned behavior, e-commerce

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi  <u>Prof. Usep Suhud, M. Si., Ph. D.</u> NIP. 197002122008121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM NIP. 198103222023212013 (Ketua Sidang)		10 Juli 2024
2	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D NIP. 197412212008121001 (Penguji 1)		17 Juli 2024
3	Agung Kresnamurti Rival P., ST, M.M. NIP. 197404162006041001 (Penguji 2)		18 Juli 2024
4	Dra. Solikhah, MM NIP. 196206231990032001 (Pembimbing 1)		25 Juli 2024
5	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M NIP. 199308272020122024 (Pembimbing 2)		19 Juli 2024
Nama : Radinka Fathanayra Anwari No. Registrasi : 1702520062 Program Studi : D4 Pemasaran Digital Tanggal Lulus : 15 Juli 2024			

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Radinka Fathanayra Anwari

NIM : 1702520062

Program Studi : D4 Pemasaran Digital

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul "Analisis Minat Beli Tokopedia pada Gen Z di Jakarta" dibuat oleh saya sendiri dan bukan merupakan duplikasi skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain atau jiplakan karya tulis maupun terjemahan orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dalam keadaan sadar dan saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku jika terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar.

Jakarta, 24 Mei 2024

Yang membuat pernyataan



Radinka Fathanayra Anwari

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta petunjuk-Nya yang senantiasa melimpah sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Minat Beli Tokopedia pada Gen Z di Jakarta”, sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana Terapan (D4) Jurusan Pemasaran Digital Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta dorongan dari berbagai pihak yang dengan ikhlas memberikan kontribusi dan motivasi. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dra. Solikhah, M.M selaku dosen pembimbing pertama atas bimbingan, arahan, serta kesabaran dalam membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.
2. Dewi Agustin Pratama Sari, S.E, M.S.M selaku dosen pembimbing kedua atas bimbingan, arahan, serta kesabaran dalam membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.
3. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D selaku Ketua Program Studi D4 Pemasaran Digital.
4. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah menyediakan ilmu pengetahuan yang diperlukan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Negeri Jakarta.

6. Bunda dan Ayah yang selalu memberikan doa, dukungan moral, dan materiil dalam setiap langkah perjalanan hidup penulis.
7. Rekan-rekan Mahasiswa D4 Pemasaran Digital angkatan 2020, yang telah berbagi pengetahuan, pengalaman, serta motivasi selama perjalanan akademik di kampus.
8. Teman-teman yang senantiasa memberikan semangat dan keceriaan dalam menjalani masa-masa perkuliahan.

Tidak lupa, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun turut berperan dalam kelancaran penulisan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, serta menjadi amal ibadah yang bermanfaat bagi kehidupan. Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, 13 Juli 2024

Penulis

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*