

**DETERMINAN KEPUTUSAN PENGGUNA  
LAYANAN JASA TITIP BELI  
(Studi Kasus *Online Shop* Minisosolo)**



**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA  
2021**

*commit to user*

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul:

### DETERMINAN KEPUTUSAN PENGGUNA LAYANAN JASA TITIP BELI

(Studi Kasus *Online Shop* Minisosolo)

Diajukan oleh:

**ADWITIYA KURNIA PRAJMANDA**

**F0117005**

Diterima dan Disetujui oleh Pembimbing pada:

24/06/2021

Surakarta, 24 Juni 2021

Pembimbing



**Nurul Istiqomah, S.E., M.Si.**

**NIP. 19800601200501021**

*commit to user*

## PERSETUJUAN PENGUJI

Skripsi berjudul:

**DETERMINAN KEPUTUSAN PENGGUNA  
LAYANAN JASA TITIP BELI  
(Studi Kasus *Online Shop* Minisosolo)**

Diajukan oleh:

**ADWITIYA KURNIA PRAJMANDA**

**F0117005**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ekonomi  
Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret  
Pada Surakarta, 24 Mei 2021

Susunan Tim Penguji

1. Ketua Penguji

Prof. Dr. Yunastiti Purwaningsih, M.P. (

NIP. 195808051986012001



2. Sekretaris Penguji

Tri Mulyaningsih, S.E, M.Si., Ph.D (

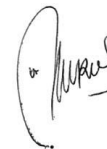
NIP. 19800601200501021



3. Dosen Pembimbing

Nurul Istiqomah, S.E, M.Si. (

NIP. 197203232002122001



Mengetahui,

Kepala Program Studi Ekonomi Pembangunan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**BHIMO RIZKY SAMUDRO, S.E., M.Si., Ph.D.**

**NIP. 198003142006041003**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adwitiya Kurnia Prajmanda  
Nim : F0117005  
Program Studi : Ekonomi Pembangunan  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Universitas : Universitas Sebelas Maret  
Judul Skripsi : Determinan Keputusan Pengguna Layanan Jasa Titip Beli  
(Studi Kasus *Online Shop* Minisoso)   
Pembimbing : Nurul Istiqomah, S.E., M.Si.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/saduran dari karya tulis orang lain.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dalam bentuk penarikan ijazah dan pencabutan gelar sarjana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 24 Juni 2021

Mabasiswa



Adwitiya Kurnia P.

NIM. F0117005

## HALAMAN MOTTO

*Be kind and have the courage.*

*Never stop to fight what you really want,*

*because you will regret it if you never try.*

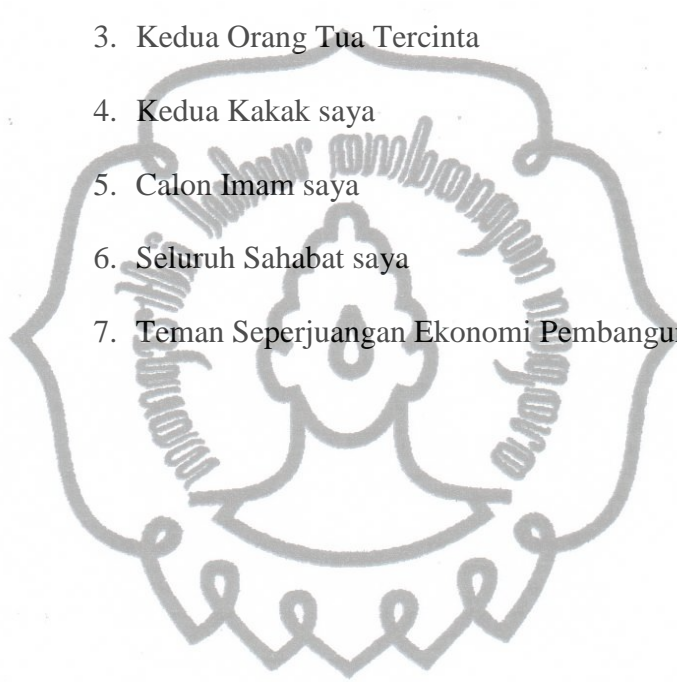


*commit to user*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT
2. Alm Kakek dan Nenek saya
3. Kedua Orang Tua Tercinta
4. Kedua Kakak saya
5. Calon Imam saya
6. Seluruh Sahabat saya
7. Teman Seperjuangan Ekonomi Pembangunan 2017



*commit to user*

## **ABSTRACT**

*The changing in public's pattern of buy-and-sell transactions due to the development of science and technology has led to innovations in shopping services, such as Personal Shopper, which is done through social selling. Personal Shopper offers a service of shopping for goods from a certain brand according to the customer's wishes. This innovation is strengthened by the Covid-19 pandemic in 2020 which had restricted the public's activities and mobility. Based on the above thought process, this study seeks to identify the decisions determinants of the users of Minisosolo Personal Shopper, and to see the effect on the purchase frequency of the Personal Shopper users before and after the pandemic. The data collection was done by using a questionnaire with 790 samples. The data analysis was done by using logistic regression test and Wilcoxon signed rank test. The result of this study showed that the domicile variable and level of education has a positive effect on purchasing decisions. Meanwhile, variables such as: age, gender, and jobs have no effect on purchasing decisions. There is a difference in the purchase frequency of Minisosolo Personal Shopper users, namely a decline in the purchase frequency after the pandemic.*

**Keywords:** *Personal Shopper, Purchase Decision, Pandemic, Logistic Regression Test, Wilcoxon Signed Rank Test.*

## ABSTRAK

Adanya pola perubahan transaksi jual beli masyarakat akibat perkembangan IPTEK, memunculkan inovasi jasa titip beli yang dilakukan melalui *social selling*, dikenal sebagai *Personal Shopper*. *Personal Shopper* merupakan sebuah jasa yang menawarkan untuk membelanjakan barang dari suatu *brand* tertentu sesuai dengan keinginan pelanggan. Inovasi tersebut diperkuat dengan adanya pandemi akibat virus covid-19 pada tahun 2020 yang membatasi segala aktivitas dan mobilitas masyarakat. Berdasarkan pemikiran tersebut, penelitian ini mengidentifikasi determinan keputusan pengguna layanan jasa titip beli Minisosolo serta melihat pengaruh frekuensi pembelian pengguna layanan jasa titip beli sebelum dan sesudah pandemi. Pengambilan data dilakukan melalui kuesioner dengan sampel sebanyak 790 sampel. Analisis data menggunakan uji regresi logistik dan uji peringkat bertanda *Wilcoxon*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel domisili dan tingkat pendidikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Variabel usia, jenis kelamin, dan jenis pekerjaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Terdapat perbedaan frekuensi pembelian pengguna layanan jasa titip beli Minisosolo, yaitu terjadi penurunan frekuensi pembelian setelah adanya pandemi.

**Kata Kunci:** Jasa Titip Beli, Keputusan Pembelian, Pandemi, Uji Regresi Logit, Uji Peringkat Bertanda *Wilcoxon*.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala kekuasaan dan keajaibannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“DETERMINAN KEPUTUSAN PENGGUNA LAYANAN JASA TITIP BELI (STUDI KASUS *ONLINE SHOP* MINISOSOLO)”** sebagai tugas akhir guna memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Sebelas Maret Surakarta. Selama proses penyusunan skripsi ini penulis mendapat banyak bimbingan, arahan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Drs. Djoko Suhardjanto, M.Com.(Hons)., Ph.D., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Bhimo Rizky Samudro, S.E., M.Si., Ph.D selaku Kepala Program Studi Sarjana Ekonomi Pembangunan.
3. Nurul Istiqomah, SE., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan ilmu kepada saya dalam penulisan skripsi ini maupun selama perkuliahan.
4. Prof. Dr. Yunastiti Purwaningsih, M.P. dan Tri Mulyaningsih, S.E., M.Si., Ph.D selaku penguji skripsi saya yang telah membantu menyempurnakan penulisan skripsi ini dan memberikan ilmu kepada saya dalam penulisan skripsi ini maupun selama perkuliahan.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta atas ilmu dan pelayanan yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
6. Seluruh staf karyawan dan pelayanan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta atas pelayanan yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
7. Seluruh pengikut Minisosolo yang telah membantu proses pengumpulan data untuk skripsi ini.
8. Ayah, Mama, Mbak, Mas, dan keluarga besar yang tidak hentinya mendukung, mendoakan dan memberikan kasih sayang kepada saya.

9. Katon Nuraharto yang selalu memberikan dukungan untuk terwujudnya skripsi ini.
10. Anggie, Arimbi, Yoga, Wahyu, Via, Rida, Seyvira, Rhenny, Weka, Fitriana, Shelma yang telah memberikan bantuan dan dukungan ketika saya membutuhkan dukungan.
11. Teman-teman dalam grup Rewel yang telah memberikan semangat dan dukungan yang tak henti untuk segera sidang.
12. Teman-teman EP B 2017 yang selalu menemani dan membantu saya selama proses perkuliahan berlangsung.
13. Teman-teman Ekonomi Pembangunan 2017 terutama Fatin dan Mutia yang telah berjuang bersama saya dari awal hingga akhir.
14. Semua pihak yang membantu memberikan dukungan kepada saya dalam mengerjakan tugas akhir ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya saran dan kritik dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, bagi penulis khususnya dan bagi pembaca yang membutuhkan informasi mengenai skripsi ini.

Surakarta, 24 Juni 2021



Penulis

Adwitiya Kurnia Prajmanda

## DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN .....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PERSETUJUAN PENGUJI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
<b>BAB I</b> <b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II</b> <b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
A. Kajian Teoritis .....	10
1. Perilaku Konsumen.....	10
2. Inovasi Disruptif .....	14
3. <i>Pemasaran Digital</i> .....	16
4. <i>Bounded Rationality Theory</i> .....	19
5. Ekonomi Kreatif .....	20

*commit to user*

	6. Keputusan Pembelian .....	22
	7. Tingkat Pendidikan .....	23
	8. Pekerjaan.....	24
	B. Kajian Empiris .....	25
	C. Kerangka Pemikiran .....	31
	D. Hipotesis .....	32
BAB III	METODE PENELITIAN .....	33
	A. Ruang Lingkup Penelitian .....	33
	B. Jenis Dan Sumber Data.....	33
	C. Teknik Penarikan Sampel.....	34
	D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
	E. Definisi Operasional Variabel .....	34
	F. Teknik Analisis Data .....	37
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	44
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
	B. Analisis Deskriptif .....	44
	C. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	47
	D. Uji Multikolinearitas.....	48
	E. Hasil Regresi Logistik .....	48
	F. Hasil Uji Beda.....	51
	G. Pembahasan .....	52
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN .....	55
	A. Kesimpulan .....	55
	B. Saran .....	55
	DAFTAR PUSTAKA .....	57
	LAMPIRAN.....	62

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1.	Perbedaan <i>Digital dan Traditional Marketing</i> .....	18
Tabel 2.2.	Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3.1.	Skor Skala Likert.....	34
Tabel 4.1.	Statistik Deskriptif .....	45
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden .....	46
Tabel 4.3.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
Tabel 4.4.	Hasil Uji Multikolinearitas Berdasarkan Nilai Tolerance.....	48
Tabel 4.5.	Hasil Uji Multikolinearitas Berdasarkan Nilai VIF .....	48
Tabel 4.6.	Hasil Regresi Logistik.....	49
Tabel 4.7.	Hasil Uji Peringkat Bertanda <i>Wilcoxon</i> .....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Data Pengguna Media Sosial Indonesia pada September 2020.....	2
Gambar 1.2.	<i>Stay at home economy: The Fall and The Rise</i> .....	4
Gambar 2.1.	Kurva Indiferen .....	13
Gambar 2.2.	Kerangka Pemikiran .....	31



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian.....	62
Lampiran 2.	Data Penelitian.....	69
Lampiran 3.	Hasil Uji Validitas .....	91
Lampiran 4.	Hasil Uji Reliabilitas .....	92
Lampiran 5.	Hasil Uji Regresi Logistik.....	93
Lampiran 6.	Hasil Uji Peringkat Bertanda <i>Wilcoxon</i> .....	94
Lampiran 7.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	95

