

**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
*MARKETPLACE SHOPEE***

**(Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2022)**

**SKRIPSI**

Ditulis Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



**OLEH**

**DWI NOFITA SARI**

**NIM. 934104419**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

**2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
*MARKETPLACE SHOPEE***

**(Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2022)**

**OLEH**

**DWI NOFITA SARI**

**NIM. 934104419**

Disetujui oleh:

**Pembimbing I**



**Arif Zunaidi, SHI, MEI**

**NIDN. 2007048202**

**Pembimbing II**



**Ulin Ni'mah Rodliya Ulfah, M.Pd.**

**NIP. 19820407 202321 2 026**

NOTA DINAS

Kediri, 21 Desember 2023

Lampiran : 4 (Empat Berkas)  
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada  
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Di Jalan Sunan Ampel 07 Ngronggo  
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Dwi Nofita Sari

NIM : 934104419

Judul : PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2022)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan uji akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini terlampir berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Arif Zunaidi, SHI, MEI

NIDN. 2007048202

Pembimbing II



Ulin Ni'mah Rodfiva Ulfah, M.Pd.

NIP. 19820407 202321 2 026

## NOTA PEMBIMBING

Kediri, 12 Januari 2024

Lampiran : 4 (Empat Berkas)  
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada  
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Di Jalan Sunan Ampel 07 Ngronggo  
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersama ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswa :

Nama : Dwi Nofita Sari

NIM : 934104419

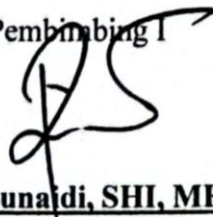
Judul : PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Pada  
Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2022)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam sidang munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 5 Januari 2024 kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



**Arif Zunaidi, SHI, MEI**

NIDN. 2007048202

Pembimbing II



**Ulin Ni'mah Rodliya Ulfah, M.Pd.**

NIP. 19820407 202321 2 026

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
MARKETPLACE SHOPEE**

**(Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2022)**

**DWI NOFITA SARI**

**NIM. 934104419**

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
pada tanggal 5 Januari 2024

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Mundhori, ME.

NIP. 19870222 201903 1 004

()

2. Penguji 1

Arif Zunaidi, SHL., MEI.

NIDN. 2007048202

()

3. Penguji 2

Ulin Ni'mah Rodliya Ulfah, M.Pd.

NIP. 19820407 202321 2 026

()

Kediri, 12 Januari 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Imam Annas Musfihin, M. HI.

NIP. 19750101 199803 1 002

## **MOTTO**

“Ketahuilah bahwa kemenangan bersama kesabaran, kelapangan bersama kesempitan,  
dan kesulitan bersama kemudahan”

-HR Tirmidzi-

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan serta doa dari orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia maka skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sampai sejauh ini, tidak menyerah dan terus berusaha sampai pada akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya, Bapak Ermanianto dan Ibu Kasriyati yang selalu memberi dukungan dan arahan serta doa kepada penulis.
3. Kakak saya, Deni Darianto yang selalu memberikan dukungan baik secara moril dan materil untuk menyelesaikan studi S1 ini.
4. Adik saya, Tri Yuliati yang senantiasa mendengarkan keluh kesah saya dan selalu memotivasi serta memberi semangat kepada saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Teman-teman saya yang selalu ada saat suka maupun duka, selalu memberikan motivasi, dukungan, arahan, serta saran bagi saya selama saya mengerjakan skripsi ini.

## **PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Nofita Sari

NIM : 934104419

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian maupun seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 12 Januari 2024

Yang membuat pernyataan

Dwi Nofita Sari



## ABSTRAK

DWI NOFITA SARI. 2023. *Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2022)*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri. Dosen Pembimbing I ARIF ZUNAIDI, SHI, MEI. dan Dosen Pembimbing II ULIN NI'MAH RODLIYA ULFAH, M.Pd.

Kata Kunci : Motivasi, Keputusan Pembelian, *Marketplace* Shopee

Pesatnya perkembangan teknologi berdampak pada banyak sisi kehidupan manusia, diantaranya dalam hal berbelanja. Belanja *online* saat ini sedang menjadi *trend* di kalangan masyarakat. Kegiatan belanja *online* lebih sering dilakukan oleh remaja dari kalangan anak muda atau mahasiswa. Hasil observasi menunjukkan bahwa mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2022 paling banyak melakukan belanja *online* daripada angkatan yang lain dan mayoritas menggunakan *marketplace* shopee. Motivasi menjadi faktor utama dalam memutuskan pembelian secara *online* di *marketplace* shopee. Maka, penulis tertarik melakukan penelitian dengan tujuan: 1) untuk mengetahui motivasi mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2022 dalam melakukan pembelian pada *marketplace* Shopee; 2) untuk mengetahui keputusan pembelian mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2022 dalam kegiatan belanja *online* pada *marketplace* Shopee; dan 3) untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2022 pada *marketplace* shopee.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan instrumen penelitian berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2022 yang menggunakan *marketplace* Shopee sebanyak 151 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 110 sampel. Alat ukur yang digunakan diantaranya uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis korelasi, uji regresi linier sederhana, uji parsial (t), dan uji koefisien determinasi ( $r^2$ ).

Hasil penelitian menunjukkan: 1) berdasarkan 110 responden, sebanyak 85,5% atau 94 responden memiliki motivasi yang tinggi dalam melakukan belanja *online* pada *marketplace* shopee, 2) berdasarkan 110 responden, sebanyak 89 responden atau 80,9% termasuk dalam kategori baik saat melakukan keputusan pembelian pada *marketplace* shopee, 3) berdasarkan hasil pengujian korelasi (r) menunjukkan nilai sebesar 0,705, yang berarti tingkat korelasi antar variabel kuat. Hasil uji regresi linier sederhana diperoleh persamaan regresi  $Y = 19,310 + 0,699X$  yang berarti bahwa terdapat pengaruh positif antara motivasi terhadap keputusan pembelian. Uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 7,836 > t_{tabel} 1,982$  yang berarti hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima sehingga motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) adalah sebesar 0,497, maka pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 49,7% dan sisanya sebesar 50,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini berjudul “Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2022)”. Tak lupa sholawat dan salam semoga tetap dilimpahkan kepada baginda kita Nabi Muhammad SAW sang pembawa rahmat untuk seluruh alam.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M.Ag. selaku rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Muslih, M.HI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
3. Ibu Nuril Hidayati, M.Hum selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Ibu Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE., MM. selaku Wali Dosen yang sudah berkenan memberikan arahan dalam pengajuan judul skripsi.
5. Bapak Arif Zunaidi, SHI, MEI selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan masukan, bimbingan, dan arahan dalam proses menyelesaikan skripsi.
6. Ibu Ulin Ni'mah Rodliya Ulfah, M.Pd. selaku dosen pembimbing II yang sudah memberikan motivasi, arahan, serta bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Mundhori, ME selaku Dosen Penguji Utama pada saat ujian munaqosah.
8. Seluruh Dosen Program Studi Ekonomi Syariah dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.

Semoga segala amal kebaikan dari seluruh pihak yang penulis sebutkan di atas mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT, dan semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Kediri, 30 Agustus 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	i
NOTA DINAS .....	ii
NOTA PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	vii
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	13
C. Tujuan Penelitian .....	13
D. Manfaat Penelitian .....	14
E. Penelitian Terdahulu .....	15
F. Hipotesis Penelitian .....	21
BAB II LANDASAN TEORI .....	23
A. Motivasi .....	23
1. Pengertian Motivasi .....	23

2.	Indikator Motivasi.....	24
3.	Motivasi Rasional dan Motivasi Emosional .....	25
B.	Keputusan Pembelian .....	25
1.	Pengertian Keputusan Pembelian .....	25
2.	Proses Keputusan Pembelian .....	26
3.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	28
C.	Hubungan antara Motivasi dengan Keputusan Pembelian .....	29
BAB III METODE PENELITIAN .....		31
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	31
B.	Lokasi Penelitian .....	31
C.	Populasi dan Sampel.....	32
D.	Definisi Operasional Variabel .....	33
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	36
F.	Instrumen Penelitian Data .....	37
G.	Teknik Analisis Data .....	38
a.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	39
b.	Analisis Deskriptif .....	40
c.	Uji Asumsi Klasik.....	40
d.	Analisis Korelasi (r).....	42
e.	Uji Regresi Linier Sederhana.....	43
f.	Uji Parsial (Uji t).....	43
g.	Uji Koefisien Determinasi ( $r^2$ ).....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		45
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45

1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	45
2. Program Studi Ekonomi Syariah .....	48
B. Deskripsi Responden .....	50
C. Deskripsi Data .....	51
D. Analisis Data .....	58
1. Analisis Deskriptif .....	58
2. Distribusi Frekuensi .....	59
3. Uji Asumsi Klasik.....	60
4. Analisis Korelasi (r).....	65
5. Uji Regresi Linier Sederhana.....	66
6. Uji Parsial (Uji t).....	67
7. Uji Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) .....	68
BAB V PEMBAHASAN .....	69
A. Motivasi Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2022 dalam Melakukan Pembelian Pada <i>Marketplace</i> Shopee.....	69
B. Keputusan Pembelian Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2022 dalam Kegiatan Belanja <i>Online</i> Pada <i>Marketplace</i> Shopee .....	73
C. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2022 .....	77
BAB VI PENUTUP.....	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran .....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN .....	87

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun Angkatan 2020-2022 .....	6
Tabel 1. 2 Tingkat Belanja <i>Online</i> Mahasiswa Ekonomi Syariah Tahun Angkatan 2020-2022 Melalui <i>Marketplace</i> .....	7
Tabel 1. 3 <i>Marketplace</i> yang Digunakan Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Tahun Angkatan 2022 .....	8
Tabel 1. 4 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	11
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel X (Motivasi) .....	35
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	36
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	51
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi (X) .....	52
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	53
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Motivasi (X).....	54
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	55
Tabel 4. 7 Tabulasi Data Variabel X dan Y .....	56
Tabel 4. 8 Hasil Deskriptif Statistik Variabel X dan Y .....	58
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi (X).....	59
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	60
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji Linearitas.....	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Autokorelasi.....	64
Tabel 4. 14 Hasil Uji Korelasi (r) .....	65

Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	66
Tabel 4. 16 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	67
Tabel 4. 17 Hasil Uji Determinasi Parsial ( $r^2$ ) .....	68
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi (X) .....	96
Tabel 5. 1 Distribusi Frekuensi Indikator Berbelanja Adalah Hal yang Menarik .....	100
Tabel 5. 2 Distribusi Frekuensi Indikator Berbelanja Untuk Melawan Kebosanan....	100
Tabel 5. 3 Distribusi Frekuensi Indikator Berbelanja Selain Untuk Diri Sendiri.....	100
Tabel 5. 4 Distribusi Frekuensi Indikator Berbelanja Saat Ada Diskon .....	101
Tabel 5. 5 Distribusi Frekuensi Indikator Berbelanja Untuk Mengikuti <i>Trend</i> Terbaru .....	101
Tabel 5. 6 Distribusi Frekuensi Indikator Pengenalan Kebutuhan.....	101
Tabel 5. 7 Distribusi Frekuensi Indikator Pencarian Informasi.....	102
Tabel 5. 8 Distribusi Frekuensi Indikator Evaluasi Alternatif.....	102
Tabel 5. 9 Distribusi Frekuensi Indikator Keputusan Pembelian.....	102
Tabel 5. 10 Distribusi Frekuensi Indikator Perilaku Pasca Pembelian.....	103



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Pengunjung <i>Marketplace</i> di Indonesia Kuartal I 2023 .....	3
Gambar 1. 2 Tingkat Belanja <i>Online</i> di Indonesia Berdasarkan Usia.....	4
Gambar 2. 1 Proses Pembelian .....	26
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2 : Tabulasi Data Variabel Motivasi (X).....	91
Lampiran 3 : Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	94
Lampiran 4 : $r_{tabel}$ .....	97
Lampiran 5 : Tabel Durbin Watson.....	98
Lampiran 6 : $t_{tabel}$ .....	99
Lampiran 7 : Data Penelitian dan Hasil Penelitian.....	96
Lampiran 8 : Surat Ijin Penelitian.....	104
Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup.....	105