PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN KONSUMEN, DAN KEMUDAHAN APLIKASI TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SHOPEE DI KOTA SOLO

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Fransisca Meila Pramesti

NIM : 22110160

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA

2026

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir

Pengaruh Promosi, Kepercayaan Konsumen, dan Kemudahan Aplikasi terhadap Minat Menggunakan Shopee di Kota Solo

Oleh:

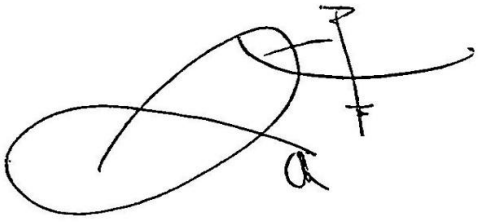
Fransisca Meila Pramesti

NIM : 22110160

Disetujui dan dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Tugas Akhir Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 27 April 2026

Dosen Pembimbing



Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.

NUPTK. 0256772673130313

PENGESAHAN PENGUJI

Tugas Akhir

Pengaruh Promosi, Kepercayaan Konsumen, dan Kemudahan Aplikasi terhadap Minat Menggunakan Shopee di Kota Solo

Oleh:

Fransisca Meila Pramesti

NIM : 22110160

Telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Tugas Akhir Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 5 Juni 2026

Dewan Penguji

Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M. :

Ketua

Satria Veriansyah Wiguna, S.Sn., M.M. :

Anggota

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta	Kepala Program Studi S1 Manajemen
Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.	**Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.**
NUPTK. 5438767668131040	NUPTK. 0256772673130313

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fransisca Meila Pramesti

NIM : 22110160

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul:

"Pengaruh Promosi, Kepercayaan Konsumen, dan Kemudahan Aplikasi terhadap Minat Menggunakan Shopee di Kota Solo" adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam Tugas Akhir ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Tugas Akhir dan gelar yang saya peroleh dari Tugas Akhir ini.

Surakarta, 24 April 2026

Yang Membuat Pernyataan,



Fransisca Meila Pramesti

MOTTO

“Ketika visi kita bayangkan, visi itu berubah menjadi rencana; ketika rencana kita eksekusi, rencana itu berubah menjadi inovasi; ketika inovasi kita wujudkan, inovasi itu berubah menjadi dampak nyata.” Forrest Li (Pendiri Shopee).

“Jangan pernah menyerah pada tantangan, karena dengan ketekunan dan semangat, hal yang asing akan menjadi familiar, dan familiar akan menghasilkan keberhasilan yang tak terduga.”

“The journey starts with belief, the champion endures with ease.
Quitters fade, achievers rise and shine.”

PERSEMBAHAN

“Saya persembahkan skripsi ini sepenuh hati dan dengan rasa syukur yang mendalam kepada Allah SWT, yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan kepada saya sepanjang proses penyelesaian karya ini, dari awal hingga akhir. Saya juga mendedikasikannya kepada orang tua tercinta, sebagai tanda pengabdian, hormat, dan rasa syukur yang tiada henti. Untuk Ayah dan Ibu saya, yang selalu memberikan doa, dorongan, motivasi, dan dukungan luar biasa. Saya ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada Muhammad Syihabuddin, S.Hum.,M.M., sebagai Dosen Pembimbing saya, yang telah memberikan bimbingan, saran, pengarahan, dan motivasi berharga sepanjang penulisan skripsi ini. Selain itu, kepada teman-teman dan sahabat saya yang terus memberikan inspirasi, dorongan, dan doa yang tiada henti sepanjang perjalanan penelitian ini.”

KATA PENGANTAR

Sebagai puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul "**Pengaruh Promosi, Kepercayaan Konsumen, dan Kemudahan Aplikasi terhadap Minat Menggunakan Shopee di Kota Solo**" dapat di selesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan program strata satu (S1) pada jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta. Dalam penelitian ini penulis mendapat bimbingan, dorongan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan ketulusan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Aditya Liliyan, S.M.B., M.M., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
3. Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan selama penyusunan hingga terselesaikannya skripsi.
4. Seluruh Dosen dan Staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta khususnya Program Studi Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengatahuan dan bimbingan selama masa perkuliahan.
5. Teruntuk kedua orang tua tercinta yang telah senantiasa memberikan segala doa dan dukungan serta motivasi yang tidak pernah putus.
6. Kepada Devi dan Salsa. Terima kasih telah menjadi sahabat yang sangat baik bagi penulis, membersamai penulis dari awal semester perkuliahan hingga sekarang. Terima kasih atas dukungan kalian yang konsisten, nasihat bijak, dan kehadiran yang selalu membuat hari-hari penulis menjadi lebih baik. Persahabatan ini telah menjadi bagian penting dalam hidup penulis. Semoga kita terus bersama di masa depan.

7. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak kekurangan dan keterbatasan. Namun demikian, merupakan harapan besar bagi penulis bila skripsi ini dapat memberikan masukan pengetahuan dan menjadi satu karya yang bermanfaat.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi, kepuasan konsumen, dan kemudahan aplikasi terhadap minat menggunakan aplikasi Shopee. Shopee merupakan salah satu platform e-commerce yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dalam melakukan aktivitas belanja secara *online*.

Penelitian ini menggunakan empat variabel, yaitu promosi, kepuasan konsumen, kemudahan aplikasi, dan minat menggunakan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan aplikasi Shopee, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program IBM SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Shopee, kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Shopee, serta kemudahan aplikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Shopee.

Kata kunci: Promosi, Kepuasan Konsumen, Kemudahan Aplikasi, Minat Menggunakan, Shopee

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the influence of promotion, customer satisfaction, and application ease of use on the intention to use the Shopee application. Shopee is one of the most popular e-commerce platforms in Indonesia and is widely used by consumers for online shopping activities.

This research uses four variables, namely promotion, customer satisfaction, application ease of use, and intention to use. The population of this research is consumers who have used the Shopee application, with a total research sample of 100 respondents. The sampling technique used in this research is non-probability sampling with purposive sampling. Data collection was carried out using a questionnaire that had been tested for validity and reliability. The data analysis method used in this research is multiple linear regression analysis conducted using IBM SPSS.

The results of this research show that promotion has a positive and significant effect on the intention to use Shopee, customer satisfaction has a positive and significant effect on the intention to use Shopee, and application ease of use has a positive and significant effect on the intention to use Shopee.

***Keywords**: promotion, customer satisfaction, application ease of use, intention to use, Shopee*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERSETUJUAN PEMBIMBING ii
PENGESAHAN PENGUJI iii
SURAT PERNYATAAN iv
MOTTO v
PERSEMBAHAN v
KATA PENGANTAR vi
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 3
C. Tujuan Penelitian 3
D. Manfaat Penelitian 4
BAB II LANDASAN TEORI 5
A. Teori yang Relevan 5
B. Penelitian Terdahulu 14
C. Kerangka Pikir 16
D. Hipotesis 17
BAB III METODE PENELITIAN 20
A. Objek Penelitian 20
B. Sumber Data 20
C. Tipe Data 21
D. Populasi dan Sampel 21
F. Definisi Operasional 24
G. Teknik Analisis Data 28
H. Uji Instrumen 29

I. Uji Asumsi Klasik 30
J. Uji Regresi Linier Berganda 31
K. Uji Hipotesis 31
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN 34
A. Deskripsi Lokasi Penelitian..... 34
B. Deskripsi Responden..... 34
C. Analisi Data..... 38
D. Analisis Regresi Linier Berganda 44
E. Uji Hipotesis 45
F. Pembahasan..... 48
BAB V PENUTUP..... 52
A. Kesimpulan 52
B. Saran..... 53
C. Keterbatasan Penelitian..... 54
DAFTAR PUSTAKA..... 55
LAMPIRAN..... 58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 14
Tabel 3.1 24
Tabel 3.2 25
Tabel 4.1 35
Tabel 4.2 36
Tabel 4.3 37
Tabel 4.4 38
Tabel 4.5 39
Tabel 4.6 40
Tabel 4.7 42
Tabel 4.8 42
Tabel 4.9 43
Tabel 4.10 44
Tabel 4.11 46
Tabel 4.12 47
Tabel 4.13 48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Peningkatan Penggunaan Shopee Berdasarkan survei APJII Tahun 2024-2025 1
Gambar 2.1 Kerangka Pikir 17

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian 58
Lampiran 2. Tabulasi Data 61
Lampiran 3. Hasil Olah Data 65