

**PERAN MOTIVASI BELANJA DALAM MEMEDIASI  
PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*  
TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN  
PADA *PLATFORM SHOPEE***

**SKRIPSI**



**Diajukan kepada  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana Manajemen**

**OLEH  
Komang Kevin Praditya Putra  
NIM 2117041169**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
SINGARAJA**

**2025**

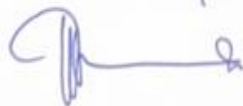
**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS  
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK  
MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**

**Menyetujui,**

**Pembimbing I,**

**Pembimbing II**



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.  
NIP. 196810291993032001



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.  
NIP. 197611102014042

Skripsi oleh Komang Kevin Praditya Putra ini  
telah dipertahankan di depan dewan penguji  
pada tanggal 17 July 2025

Dewan Penguji,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.  
NIP. 196810291993032001

(Ketua)



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.  
NIP. 197611102014042

(Anggota)



Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA.  
NIP. 198208312010121001

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha  
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana

Pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 17 July 2025

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.  
NIP. 196810291993032001



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.  
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si.  
NIP. 197906162002121003

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Nama : Komang Kevin Praditya Putra  
NIM : 2117041169  
Tempat, Tanggal Lahir : Denpasar, 2 Agustus 2003  
Program Studi : S1 Manajemen  
Fakultas : Ekonomi

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul **“Peran Motivasi Belanja Dalam Memediasi Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Niat Beli Konsumen Pada *Platform Shopee*”** beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 29 July 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Komang Kevin Praditya Putra

NIM. 2117041169

## MOTTO

***"Education is the most powerful weapon which you can use to  
change the world."***

(Pendidikan adalah senjata paling ampuh yang bisa kamu gunakan untuk  
mengubah dunia.)

@kevinpradityaap



## **KATA PERSEMBAHAN**

Dengan segala rasa syukur, saya mengucapkan terima kasih kepada Ida SangHyang Widhi Wasa. atas segala karunia dan berkat-Nya, yang telah memungkinkan saya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Saya menyadari bahwa setiap langkah yang saya ambil dalam proses ini selalu dilimpahi dengan rahmat-Nya, dan saya merasa sangat bersyukur atas kesempatan yang diberikan untuk mencapai titik ini.

Pertama-tama, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si., sebagai Dosen Pembimbing Utama, serta Ibu Dr. Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. sebagai Dosen Pembimbing Pendamping. Terima kasih atas kesabaran, bimbingan, serta arahan yang penuh perhatian yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Saran dan bimbingan yang diberikan sangat membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen di Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, atas ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan. Ilmu yang saya peroleh sangat berharga dan bermanfaat bagi perkembangan diri saya ke depannya. Kepada keluarga yang saya banggakan, terutama kepada Bapak, Made Suardika Ibu, Made Sri Astini, serta kakak perempuan saya, Putu Claudia Tamara Putri S.E dan Kadek Friska Miranda Putri S.Si saya mengucapkan terima kasih yang tak terhingga. Doa dan motivasi yang mereka berikan tanpa henti, tanpa memandang waktu, telah menjadi kekuatan utama bagi saya untuk terus maju dan menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kasih sayang dan dukungan yang selalu mengalir dengan tulus, yang tak ternilai harganya dan akan selalu saya kenang sepanjang hidup.

Selain itu, saya juga ingin menyampaikan terima kasih kepada teman-teman dan sahabat, khususnya rekan-rekan mahasiswa Jurusan Manajemen, yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Meskipun tidak dapat saya sebutkan satu per satu, namun dukungan dan kebersamaan mereka sangat berarti bagi saya dalam perjalanan akademik ini.

**Terima Kasih**

## PRAKATA

Puji syukur penyusun panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya-lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Peran Motivasi Belanja Dalam Memediasi Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Platform Shopee”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha yang senantiasa memberikan motivasi dan fasilitas bagi penulis dalam menyelesaikan studi sesuai dengan rencana.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E. Ak, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi atas fasilitas yang telah diberikan guna memperlancar proses penyusunan skripsi.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA., selaku Ketua Jurusan Manajemen atas segala arahan yang mendukung penelitian ini.
4. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha yang menyusun dan melayani administrasi dalam penyelesaian skripsi.
5. Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si., selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan masukan, saran, petunjuk, dan berbagai dukungan serta motivasi dalam proses penelitian ini.
6. Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk dan motivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA., selaku Penelaah yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk, dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

8. Bapak dan Ibu Dosen di Program Studi S1 Manajemen yang selalu memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan, saran dan mendidik selama penulis menempuh perkuliahan hingga dapat menyelesaikan studi di Program Studi S1 Manajemen serta seluruh rekan-rekan mahasiswa di Lingkungan Undiksha.
9. Rekan rekan seperjuangan Angkatan 2021 yang tidak dapat disebutkan satu demi satu, terimakasih atas suka duka yang telah kita lalui, semoga kita semua menjadi orang yang sukses.
10. ***Last but not least, I wanna thank me I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and trying give more than I receive, I wanna thank me for trying to do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.***

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Penulis berhadap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia Pendidikan.

Singaraja, 12 Juni 2025

Penulis

Komang Kevin Praditya Putra  
NIM 2117041169

## DAFTAR ISI

|                                                                   |              |
|-------------------------------------------------------------------|--------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                        | <b>iii</b>   |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                               | <b>x</b>     |
| <b>ABSTRACT.....</b>                                              | <b>xi</b>    |
| <b>PRAKATA .....</b>                                              | <b>xi</b>    |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                           | <b>xiv</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                          | <b>xvii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                         | <b>xviii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                      | <b>xix</b>   |
| <br>                                                              |              |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                    | <b>1</b>     |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....                                  | 1            |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....                                    | 8            |
| 1.3 Pembatasan Masalah .....                                      | 9            |
| 1.4 Rumusan Masalah .....                                         | 9            |
| 1.5 Tujuan Penelitian.....                                        | 10           |
| 1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....                                 | 10           |
| <br>                                                              |              |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>                                 | <b>12</b>    |
| 2.1 Kajian Teori .....                                            | 12           |
| 2.1.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB).....               | 12           |
| 2.1.2 Niat Beli.....                                              | 15           |
| 2.1.2.1 Pengertian Niat Beli.....                                 | 15           |
| 2.1.2.2 Indikator Indikator Niat Beli .....                       | 16           |
| 2.1.3 Electronic Word of Mouth .....                              | 18           |
| 2.1.3.1 Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i> .....          | 18           |
| 2.1.3.2 Indikator Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i> ..... | 19           |
| 2.1.4 Motivasi Belanja .....                                      | 20           |
| 2.1.4.1 Pengertian Motivasi Belanja .....                         | 20           |
| 2.1.4.2 Indikator Indikator Motivasi Belanja.....                 | 22           |
| 2.2 Hasil Penelitian yang Relevan .....                           | 23           |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel .....                                 | 26           |

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.3.1 Hubungan <i>Electronic Word Of Mouth</i> dan Niat Beli.....             | 26 |
| 2.3.2 Hubungan <i>Electronic Word Of Mouth</i> dan Motivasi Belanja .....     | 26 |
| 2.3.3 Hubungan Motivasi Belanja Dan Niat Beli .....                           | 27 |
| 2.3.4 Motivasi Belanja sebagai variabel Mediasi .....                         | 27 |
| 2.4 Kerangka Berpikir .....                                                   | 27 |
| 2.5 Hipotesis Penelitian.....                                                 | 29 |
| 2.5.1 Pengaruh <i>Electronic word of mouth</i> terhadap motivasi belanja..... | 29 |
| 2.5.2 Pengaruh motivasi belanja terhadap niat beli .....                      | 30 |
| 2.5.3 Pengaruh <i>Electronic word of mouth</i> terhadap niat beli.....        | 32 |

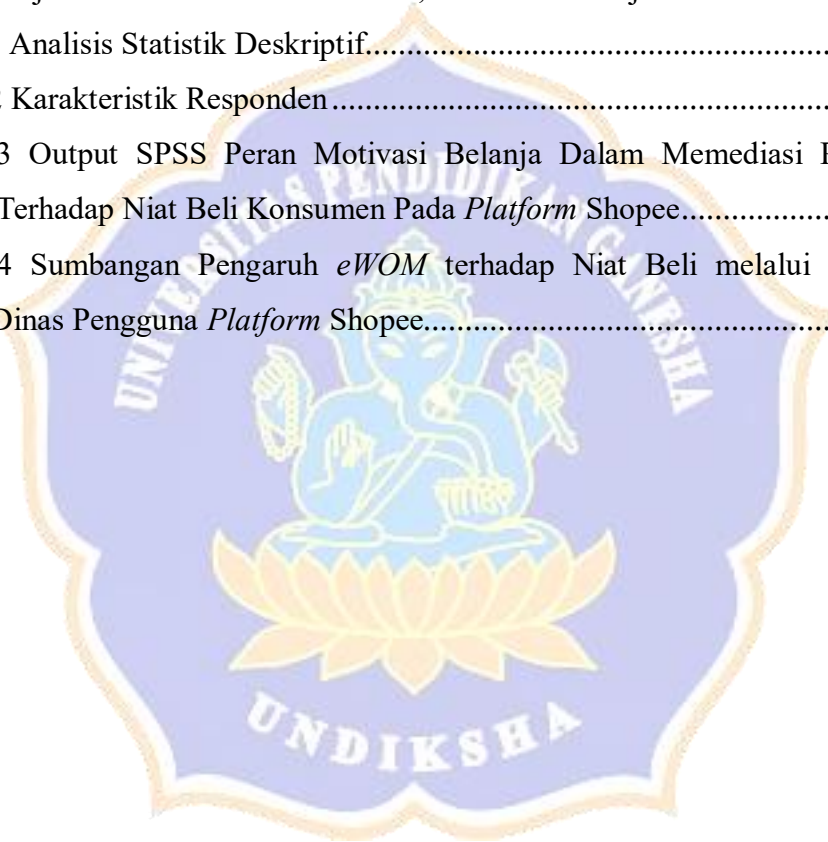
|                                                            |           |
|------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                     | <b>35</b> |
| 3.1 Desain Penelitian.....                                 | 35        |
| 3.2 Lokasi Penelitian.....                                 | 35        |
| 3.3 Objek Penelitian.....                                  | 37        |
| 3.4 Variabel Penelitian.....                               | 38        |
| 3.4.1 Identifikasi Variabel.....                           | 38        |
| 3.4.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....        | 38        |
| 3.5 Populasi, Sampel, dan Metode Penentuan Sampel .....    | 40        |
| 3.5.1 Populasi.....                                        | 40        |
| 3.5.2 Sampel .....                                         | 40        |
| 3.5.3 Metode Penentuan Sampel.....                         | 41        |
| 3.6 Jenis dan Sumber Data .....                            | 42        |
| 3.6.1 Jenis Data .....                                     | 42        |
| 3.6.2 Sumber Data.....                                     | 42        |
| 3.7 Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian ..... | 42        |
| 3.7.1 Metode pengumpulan data .....                        | 42        |
| 3.7.2 Instrumen penelitian .....                           | 43        |
| 3.7.3 Skala Pengukuran .....                               | 43        |
| 3.7.4 Hasil pengujian instrumen penelitian .....           | 44        |
| 3.8 Teknik Analisis Data.....                              | 47        |
| 3.8.1 Analisis statistik deskriptif.....                   | 47        |
| 3.8.2 Analisis statistik inferensial .....                 | 47        |

|                                         |               |
|-----------------------------------------|---------------|
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b> | <b>52</b>     |
| 4.1 Gambaran Umum Penelitian.....       | 52            |
| 4.2 Hasil Penelitian .....              | 58            |
| 4.3 Pengujian Hipotesis.....            | 61            |
| 4.4 Pembahasan .....                    | 67            |
| 4.5 Implikasi Hasil Penelitian.....     | 77            |
| 4.6 Keterbatasan Penelitian .....       | 79            |
| <br><b>BAB V PENUTUP.....</b>           | <br><b>80</b> |
| 5.1 Ringkasan .....                     | 80            |
| 5.2 Kesimpulan .....                    | 81            |
| 5.3 Saran.....                          | 82            |
| <br><b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>         | <br><b>85</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                   | <b>89</b>     |



## DAFTAR TABEL

| Tabel                                                                                                                                          | Halaman |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 2.1 Hasil Penelitian yang Relevan.....                                                                                                   | 23      |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....                                                                                                  | 39      |
| Tabel 3.2 Parameter Pengukuran Instrument Dengan Skala Likert.....                                                                             | 43      |
| Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel <i>eWOM</i> .....                                                                                             | 44      |
| Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Motivasi Belanja.....                                                                                         | 45      |
| Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel Niat Beli .....                                                                                               | 45      |
| Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel <i>eWOM</i> , Motivasi Belanja dan Niat Beli .....                                                         | 46      |
| Tabel 4.1 Analisis Statistik Deskriptif.....                                                                                                   | 54      |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden.....                                                                                                         | 56      |
| Tabel 4.3 Output SPSS Peran Motivasi Belanja Dalam Memediasi Pengaruh <i>EWOM</i> Terhadap Niat Beli Konsumen Pada <i>Platform</i> Shopee..... | 58      |
| Tabel 4.4 Sumbangan Pengaruh <i>eWOM</i> terhadap Niat Beli melalui Motivasi Belanja Dinas Pengguna <i>Platform</i> Shopee.....                | 62      |



## DAFTAR GAMBAR

| Gambar                                                                                                                                 | Halaman |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....                                                                                                    | 29      |
| Gambar 4.1 Struktur Peran Motivasi Belanja Dalam Memediasi Pengaruh <i>EWOM</i> Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Platform Shopee ..... | 62      |
| Gambar 4.2 Uji Sobel Menggunakan <i>Danielsoper Calculator</i> .....                                                                   | 66      |



## DAFTAR LAMPIRAN

| <b>Lampiran</b>                             | <b>Halaman</b> |
|---------------------------------------------|----------------|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....      | 91             |
| Lampiran 2. Data Responden .....            | 94             |
| Lampiran 3. Tabulasi Data Pre Test .....    | 99             |
| Lampiran 4. Tabulasi Data Sampel Utama..... | 101            |
| Lampiran 5. Hasil Olah Data.....            | 112            |

