

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KETERLIBATAN  
KONSUMEN TERHADAP NIAT PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
MARKETPLACE SHOPEE**

Skripsi

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi S1

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan oleh :

**Putri Nelia Peliza**

**1810552010**

Pembimbing :

**Winnie Alna Marlina**

**NIP: 198803242018032001**

UNTUK

BANGSA

**Program Studi S1 Jurusan Manajemen**

**Fakultas Ekonomi**

**Universitas Andalas**

**Payakumbuh**

**2022**

# **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keterlibatan Konsumen Terhadap Niat Pembelian Konsumen pada *Marketplace* Shopee**

*Skripsi oleh : Putri Nelia Peliza*  
*Pembimbing : Winny Alna Marlina, S.T., MM*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh fitur gamifikasi, atensi fokus, senang berbelanja dan sosial media terhadap keterlibatan konsumen dan niat pembelian konsumen pada *marketplace* Shopee. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan responden yang telah mengunduh aplikasi Shopee. Jumlah sampel penelitian sebanyak 122 responden dan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Analisis data diolah menggunakan *Partial Least Square-Structural Equation Modelling* (PLS-SEM) dengan alat bantu *software* SmartPLS3.

Hasil penelitian menunjukkan variabel gamifikasi, atensi fokus, senang berbelanja dan sosial media berpengaruh signifikan terhadap keterlibatan konsumen, dan keterlibatan konsumen berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian konsumen pada *marketplace* Shopee. Implikasi dari penelitian ini adalah bagi pihak *marketplace* Shopee lebih meningkatkan faktor yang mempengaruhi keterlibatan konsumen pada *marketplace* Shopee sehingga menciptakan niat pembelian konsumen pada *marketplace* Shopee.

***Kata Kunci: Gamifikasi, Atensi Fokus, Senang Berbelanja, Sosial Media, Keterlibatan Konsumen, Niat Pembelian Konsumen.***

