

**PENGARUH *PUSH, PULL, DAN MOORING* TERHADAP *SWITCHING INTENTION* PADA PELANGGAN *E-COMMERCE* TOKOPEDIA
DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH :

RIZKY FITRI WIJAYANTI

19012010239/FEB/EM

**PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2023**

PENGARUH *PUSH*, *PULL*, DAN *MOORING* TERHADAP *SWITCHING INTENTION* PADA PELANGGAN *E-COMMERCE* TOKOPEDIA

DI KOTA SURABAYA

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

RIZKY FITRI WIJAYANTI

19012010239/FEB/EM

**PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2023

SKRIPSI

**PENGARUH PUSH, PULL, DAN MOORING TERHADAP SWITCHING
INTENTION PADA PELANGGAN E-COMMERCE TOKOPEDIA
DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh :

RIZKY FITRI WIJAYANTI

19012010239/FEB/EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 28 Agustus 2023**

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si
NIP. 196508141991032001

Pembimbing

Dra. Ec. Nuruni Ika K., M.M., CMA
NIP. 196310091991032001

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP

NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Rizky Fitri Wijayanti
NPM : 19012010239
NIK : 3523196712000002
Tempat/Tanggal Lahir : Tuban / 27 Desember 2000
Alamat : Klakahrejo IIB No.35, Surabaya
Judul Skripsi : Pengaruh *Push, Pull, dan Mooring* terhadap *Switching Intention* pada Pelanggan *E-commerce* Tokopedia di Kota Surabaya

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri, serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkannya gelar akademik yang telah saya raih.

Surabaya, 28 Agustus 2023

Yang Menyatakan,



Rizky Fitri Wijayanti

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh *Push, Pull, dan Mooring* terhadap *Switching Intention* pada Pelanggan *E-commerce* Tokopedia di Kota Surabaya”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penyusunan skripsi ini dapat penulis selesaikan tidak lepas dari dukungan dan bantuan yang telah diberikan oleh banyak pihak. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Prtiwi, M.Si, CFP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Nurjanti Takarini, M.Si selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma Wardhani, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan dengan sabar memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis dalam proses penyusunan proposal penelitian.
5. Keluarga penulis yaitu Bapak Khalim, Ibu Rutin, dan Ifaturrozy yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan moril maupun materiil.

6. Orang terdekat penulis yaitu Mahesa Bachtiar dan Fauziah Putri yang telah setia menemani, memberikan dorongan, motivasi, dan berbagi suka duka bersama penulis.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah berkontribusi dalam proses penyusunan proposal penelitian ini.

Penulis sepenuhnya menyadari atas ketidaksempurnaan yang terdapat pada skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan segala kekurangan yang ada. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 27 Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Tinjauan Teori	13
2.2.1 Pemasaran	13
2.2.2 Teori PPM (<i>Push-Pull-Mooring</i>).....	14
2.2.2.1 Faktor Pendorong (<i>Push</i>).....	14
2.2.2.2 Faktor Penarik (<i>Pull</i>)	15
2.2.2.3 Faktor Penambat (<i>Mooring</i>)	16
2.2.3 Niat Beralih (<i>Switching Intention</i>).....	17
2.3 Hubungan Antar Variabel	18

2.3.1 Pengaruh <i>Push</i> terhadap <i>Switching Intention</i>	18
2.3.2 Pengaruh <i>Pull</i> terhadap <i>Switching Intention</i>	19
2.3.3 Pengaruh <i>Mooring</i> terhadap <i>Switching Intention</i>	20
2.4 Kerangka Konseptual	21
2.5 Hipotesis.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	22
3.1.1 Definisi Operasional	22
3.1.1.1 Variabel Bebas (X).....	22
3.1.1.2 Variabel Terikat (Y)	25
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	26
3.2 Teknik Penentuan Sampel	26
3.2.1 Populasi.....	26
3.2.2 Sampel.....	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data	28
3.3.1 Jenis Data	28
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	29
3.4.1 Uji Validitas	29
3.4.2 Uji Reliabilitas	30
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	30
3.5.1 Teknik Analisis Data.....	30
3.5.2 Model Indikator Reflektif dan Formatif.....	32

3.5.3 Cara Kerja PLS	34
3.5.4 Langkah-langkah PLS.....	34
3.5.5 Asumsi PLS.....	43
3.5.6 Ukuran Sampel.....	43
BAB IV PEMBAHASAN.....	44
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	44
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	45
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	45
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	47
4.3 Analisis Data	57
4.3.1 Evaluasi <i>Outlier</i>	57
4.3.2 Interpretasi Hasil Olah Data PLS.....	59
4.3.2.1 <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran dan Validitas)	59
4.3.2.2 <i>Inner Model</i> (Pengujian Model Struktural)	67
4.3.2.3 Pengujian Hipotesis	69
4.4 Pembahasan	70
4.4.1 Pengaruh <i>Push</i> terhadap <i>Switching Intention</i>	70
4.4.2 Pengaruh <i>Pull</i> terhadap <i>Switching Intention</i>	72
4.4.3 Pengaruh <i>Mooring</i> terhadap <i>Switching Intention</i>	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79

LAMPIRAN.....	82
---------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung Website E-Commerce di Indonesia.....	2
Tabel 1. 2 Peta Persaingan E-commerce Tahun 2022.....	3
Tabel 3. 1 Skala Likert	26
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 3 Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Push</i>	47
Tabel 4. 4 Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Pull</i>	51
Tabel 4. 5 Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Mooring</i>	53
Tabel 4. 6 Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel.....	56
Tabel 4. 7 Hasil Uji <i>Outlier</i>	58
Tabel 4. 8 <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)</i>	60
Tabel 4. 9 <i>Outer Loading (Mean, STDEV, T-Values)</i>	62
Tabel 4. 10 <i>Cross Loading</i>	64
Tabel 4. 11 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	65
Tabel 4. 12 <i>Composite Reliability</i>	66
Tabel 4. 13 <i>Latent Variable Correlations</i>	66
Tabel 4. 14 <i>R Square</i>	68
Tabel 4. 15 <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)</i>	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Ulasan Buruk E-commerce Tokopedia	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	21
Gambar 3. 1 Model Indikator Reflektif.....	32
Gambar 3. 2 Model Indikator Formatif.....	33
Gambar 3. 3 Diagram Alur.....	36
Gambar 4. 1 <i>Outer Model</i> dengan nilai <i>Factor Loading</i> ,	59
Gambar 4. 2 <i>Inner Model</i> dengan nilai signifikansi.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 2 Tabulasi data Jawaban Responden	87
Lampiran 3 Tabel Frekuensi dan Hasil Outlier.....	91
Lampiran 4 Hasil Olah Data PLS.....	98

PENGARUH *PUSH*, *PULL*, DAN *MOORING* TERHADAP *SWITCHING INTENTION* PADA PELANGGAN *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI KOTA SURABAYA

Oleh :
Rizky Fitri Wijayanti
19012010239/FEB/EM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor pendorong (*push*), faktor penarik (*pull*), dan faktor penambat (*mooring*) terhadap niat beralih (*switching intention*) pada pelanggan *e-commerce* Tokopedia di Kota Surabaya. Faktor *push* meliputi kualitas, kepuasan, kepercayaan, dan persepsi harga. Faktor *pull* mencakup daya tarik alternatif yang ditawarkan oleh platform *e-commerce* lain. Sedangkan faktor *mooring* meliputi norma subjektif, perilaku beralih sebelumnya, dan pencarian variasi alternatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan populasi yang terdiri dari masyarakat Kota Surabaya yang pernah berbelanja di Tokopedia. Sampel penelitian sebanyak 105 responden dipilih berdasarkan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui distribusi kuesioner secara daring kepada pelanggan Tokopedia yang telah memenuhi syarat sebagai sampel penelitian. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Model (SEM) Partial Least Square (PLS)* dengan bantuan *SmartPLS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor *push* dan *pull* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *switching intention*. Sedangkan faktor *mooring* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *switching intention*.

Kata Kunci : Push; Pull; Mooring; Switching Intention.