

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI *PURCHASE INTENTION* PADA AKSESORI *HANDMADE FLEURAIN* DI SHOPEE DENGAN PENDEKATAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*

JIHADINA ASHFA AFKARINA



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Purchase intention*, pada Aksesori *Handmade* Fleurain di Shopee dengan Pendekatan *Theory of Planned Behavior*” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Jihadina Ashfa Afkarina
K1401221068



ABSTRAK

JIHADINA ASHFA AFKARINA. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Purchase intention*, pada Aksesori *Handmade* Fleurain di Shopee dengan Pendekatan *Theory of Planned Behavior*. Dibimbing oleh FITHRIYYAH SHALIHATI.

Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia mendorong persaingan ketat antarpelaku usaha, termasuk UMKM aksesori *handmade* seperti Fleurain yang memasarkan produk berbasis *upcycling* limbah kain melalui Shopee. Meski mencatatkan status *Shopee Star Seller*, data toko 2025 menunjukkan kesenjangan antara jumlah pengunjung dan realisasi pesanan yang jauh lebih rendah. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan SEM-PLS untuk menganalisis pengaruh *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* terhadap *purchase intention* pada 240 responden yang pernah melihat produk Fleurain namun belum pernah membeli, melalui pendekatan *Theory of Planned Behavior*. Hasil menunjukkan ketiga variabel berpengaruh positif, dengan *perceived behavioral control* sebagai determinan terbesar, diikuti *subjective norm* dan *attitude*, menjelaskan 55,3 persen variasi *purchase intention*. Berdasarkan temuan tersebut, disusun rekomendasi strategi bagi Fleurain yang diprioritaskan sesuai kekuatan pengaruh masing-masing variabel.

Kata kunci: aksesori *handmade*, *purchase intention*, SEM-PLS, Shopee, *Theory of Planned Behavior*

ABSTRACT

JIHADINA ASHFA AFKARINA. Analysis of Factors Affecting *Purchase intention* on Fleurain Handmade Accessories on Shopee with the *Theory of Planned Behavior* Approach. Supervised by FITHRIYYAH SHALIHATI.

The growth of *e-commerce* in Indonesia has intensified competition among businesses, including MSMEs such as Fleurain, which markets upcycled fabric-waste handmade accessories through Shopee. Despite achieving *Shopee Star Seller* status, the store's 2025 data reveal a gap between the number of visitors and the significantly lower number of realized orders. This study uses descriptive analysis and SEM-PLS to examine the influence of *attitude*, *subjective norm*, and *perceived behavioral control* on *purchase intention* among 240 respondents who had viewed Fleurain products but never purchased, based on the *Theory of Planned Behavior*. Results show all three variables positively affect *purchase intention*, with *perceived behavioral control* as the strongest predictor, followed by *subjective norm* and *attitude*, explaining 55.3 percent of its variance. Based on these findings, strategic recommendations were formulated for Fleurain, prioritized according to the strength of influence of each variable.

Keywords: handmade accessories, *purchase intention*, SEM-PLS, Shopee, *Theory of Planned Behavior*



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI *PURCHASE INTENTION* PADA AKSESORI *HANDMADE FLEURAIN* DI SHOPEE DENGAN PENDEKATAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*

@Hak cipta milik IPB University

JIHADINA ASHFA AFKARINA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Febriantina Dewi, S.E., M.M., M.Sc.
- 2 Anita Primaswari Widhiani, SP. M.Si.



Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Purchase intention*,
pada Aksesori *Handmade* Fleurain di Shopee dengan Pendekatan
Theory of Planned Behavior

Nama : Jihadina Ashfa Afkarina

NIM : K1401221068

Disetujui oleh

Pembimbing:

Dr. Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.

NIP 197711262008122001



Tanggal Ujian:
28 Juli 2026

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Maret sampai bulan Juli 2026 adalah “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Purchase intention*, pada Aksesoris *Handmade Fleurain* di Shopee dengan Pendekatan *Theory of Planned Behavior*”. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing dan mengarahkan penulis sejak memasuki perkuliahan di Sekolah Bisnis IPB hingga menyelesaikan skripsi.
2. Dosen seminar presentasi bisnis dan dosen penguji yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran yang membangun sebagai bagian dari proses penyempurnaan penelitian dan penulisan skripsi ini.
3. Ibu, Bapak, dan Adik yang selalu menjadi sumber dukungan terbesar bagi penulis selama menjalani masa perkuliahan. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita dan keluh kesah dan selalu memberikan solusi dalam berbagai keadaan. Terima kasih atas kesempatan dan fasilitas pendidikan terbaik yang diberikan kepada penulis tanpa pernah harus diminta, serta atas dukungan dalam bentuk doa, materi, dan kasih sayang yang tidak pernah terputus. Terima kasih karena selalu meyakinkan penulis bahwa setiap proses dapat dilalui dan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Segala pencapaian penulis hingga tahap ini tidak terlepas dari cinta dan dukungan tulus yang selalu diberikan.
4. Tim Fleurain, khususnya Rani dan Arin yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan pengambilan data.
5. Teman sekaligus sahabat terdekat penulis yang menemani dan mendukung dalam perkuliahan sampai tahap akhir skripsi ini: Inayah, Cempaka, Syahla, Nabilah, yang telah membersamai perjalanan perkuliahan sejak awal PKU. Sahabat terkasih: Syahrani, Nadia, Nisya, Arifa, Nasywa, Lady, dan Gita yang telah menjadi keluarga selama menjalani kehidupan perkuliahan di Sekolah Bisnis.
6. Keluarga kecil Ujung Lorong, Creative Media ABEST Gen 6, kelompok KKN Literasi Muktiharjo, yang telah memberikan pengalaman terbaik selama masa perkuliahan di IPB University dan masih banyak lagi yang belum bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih karena telah mewarnai kehidupan perkuliahan penulis, mendengarkan cerita-cerita penulis, hingga sampai pada tahap ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2026

Jihadina Ashfa Afkarina



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	8
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 <i>Purchase Intention</i> dalam Perilaku Pembelian Daring	9
2.2 Theory of Planned Behavior	10
2.3 Alur Penelitian	16
2.4 Hipotesis	18
III METODE	20
3.1 Waktu dan Tempat	20
3.2 Jenis Penelitian dan Sumber Data	20
3.3 Metode dan Penentuan Sampel	20
3.4 Skala Pengukuran Variabel	22
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	22
3.6 Tabel Definisi Operasional	24
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Karakteristik Responden	28
4.2 Analisis Deskriptif Variabel	34
4.3 Hasil Analisis SEM-PLS	41
4.4 Rekomendasi Strategi	49
V SIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Simpulan	54
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	59
RIWAYAT HIDUP	63



DAFTAR TABEL

1	Penelitian terdahulu	15
2	Bobot penilaian skala likert	22
3	Indeks Interpretasi Skala Likert	22
4	<i>Rule of Thumb Outer Model</i>	23
5	<i>Rule of Thumb Inner Model</i>	23
6	Definisi Operasional	24
7	Karakteristik responden	28
8	Perilaku digital dan keterpaparan responden terhadap Fleurain.	31
9	Hasil persepsi variabel <i>attitude</i>	35
10	Hasil persepsi variabel <i>subjective norm</i>	36
11	Hasil persepsi variabel <i>perceived behavioral control</i>	37
12	Nilai <i>outer loading</i> dan <i>average variance extracted</i> (AVE)	42
13	Hasil Uji Discriminant Validity, Fornell-Larcker Criterion	43
14	Nilai <i>cross loading</i>	44
15	<i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	44
16	Nilai <i>Cronbach's alpha</i> dan <i>composite reliability</i>	45
17	Hasil Uji Multikolinearitas (Inner VIF)	45
18	Nilai R Square	46
19	Hasil Uji Hipotesis dengan <i>Bootstrapping</i>	46
20	Matriks Rekomendasi Strategi	51

DAFTAR GAMBAR

21	Perkembangan tingkat penetrasi internet Indonesia tahun 2018–2025	1
22	Platform <i>e-commerce</i> paling sering diakses di Indonesia tahun 2025	2
23	Grafik gabungan pengunjung dan pesanan toko Fleurain tahun 2025	3
24	<i>Theory of Planned Behavior</i> (Ajzen, 1991)	11
25	Alur penelitian	18
26	Hipotesis penelitian	19
27	Hasil Model Pengukuran dan Struktural Hasil Pengolahan SmartPLS	42

DAFTAR LAMPIRAN

28	Kuesioner penelitian	60
----	----------------------	----