

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MELALUI MEDIASI MINAT BELI  
(Studi Pada TikTok Shop di Kota Malang)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Malang  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen



Disusun oleh :  
**AREZA VITRA MAHFIUDI**  
**201910160311582**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2024**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MELALUI MEDIASI MINAT BELI  
(Studi Pada TikTok Shop di Kota Malang)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Persyaratan Memperoleh Sarjana Strata Satu (S1)  
Program Studi Manajemen**



**Disusun oleh :  
AREZA VITRA MAHFIUDI  
201910160311582**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MEDIASI MINAT BELI (Studi pada Tik Tok Shop di Kota Malang)**

Oleh

**Areza Vitra Mahfiudi**  
201910160311582

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 30 November 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si.**

**Ardik Prharjo, S.AB., M.AB.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



**Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

**Dr. Nurul Asfiah, M.M.**

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MEDIASI MINAT BELI (Studi pada TikTok Shop di Kota Malang)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Areza Vitra Mahfiudi

NIM : 201910160311582

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 30 November 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si.

Pembimbing II : Ardik Praharjo, S.AB., M.AB.

Penguji I : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

Penguji II : Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

Handwritten signatures and numbers 1-4 next to the names of the examiners.

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Areza Vitra Mahfiudi  
NIM : 201910160311582  
Program Studi : Manajemen  
Surel : [arezavitra11@gmail.com](mailto:arezavitra11@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan-bahan sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulis ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 11 Desember 2024

Yang membuat pernyataan



Areza Vitra Mahfiudi

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MELALUI MEDIASI MINAT BELI  
(Studi Pada TikTok Shop di Kota Malang)**

**Areza Vitra Mahfiudi<sup>1</sup>, Ratih Juliati<sup>2</sup>, Ardik Praharjo<sup>3</sup>.**  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Malang  
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang  
Email : [arezavitra11@gmail.com](mailto:arezavitra11@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui mediasi minat beli. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Malang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan TikTok Shop, dengan sampel sebanyak 140 responden. Karakteristik responden yaitu konsumen yang berada di Kota Malang, konsumen yang pertama kali melakukan transaksi dengan memanfaatkan fitur pelayanan *live shopping* dan etalase produk dari TikTok Shop, dan berusia 18-40 tahun. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan *accidental sampling*. Teknik pengambilan data menggunakan kuisisioner online. Alat analisis menggunakan Smart-PLS. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dan minat beli memediasi kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Minat Beli, dan Keputusan Pembelian.

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON PURCHASE DECISIONS  
THROUGH BUYING INTEREST MEDIATION  
(Study on TikTok Shop in Malang City)**

**Areza Vitra Mahfiudi<sup>1</sup>, Ratih Juliati<sup>2</sup>, Ardik Praharjo<sup>3</sup>.**  
Management Departement Faculty of Economics and Business  
University of Muhammadiyah Malang  
Tlogomas street no. 246 Malang  
Email : [arezavitra11@gmail.com](mailto:arezavitra11@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of service quality on purchasing decisions through mediation of buying interest. The research location was in Malang City. The population used in this study consisted of consumers who had used the TikTok Shop, with a sample of 140 respondents. The characteristics of respondents are consumers who are in Malang City, consumers who first make transactions by utilizing the live shopping service feature and product showcase from TikTok Shop, and those aged 18-40 years. This study uses nonprobability sampling with an accidental sampling technique. The data collection technique uses an online questionnaire. The analysis tool uses Smart-PLS. This study found that service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, buying interest has a positive and significant impact on purchasing decisions, service quality has a positive and significant effect on buying interest and buying interest mediates service quality on purchasing decisions.*

*Keywords: Service Quality, Buying Interest, and Purchase Decision.*

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan terima kasih atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Mediasi Minat Beli”** ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai derajat Sarjana di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dan dorongan yang tiada henti akan sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Sebagai ungkapan rasa syukur dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Nazaruddin Malik, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Ibu Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Ibu Dr. Nurul Asfiah, M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang
4. Ibu Dr. Ratih Juliati, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang dengan luar biasa membimbing, mengarahkan, meluangkan waktunya serta memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Ardik Praharjo, S.AB., M.AB selaku Dosen Pembimbing II yang dengan luar biasa membimbing, mengarahkan, meluangkan waktunya serta memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama perkuliahan.



7. Teristimewa kepada kedua orang tua saya tercinta Bapak Dadi dan Ibu Sri Sunarni, serta keluarga besar saya yang tiada hentinya memberikan doa, motivasi, dukungan serta kasih sayang sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
8. Terima kasih juga untuk sahabat-sahabat saya tercinta Fifi, Rima, Al Farabi, Arif, dan Shafira yang sudah seperti saudara saya sendiri senantiasa selalu memberikan semangat, membantu, dan menemani saya disaat suka maupun duka dan terima kasih untuk seluruh teman saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas doa dan support yang tak pernah henti saya dapatkan.

Akhirnya, dengan keterbatasan dan kekurangan saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkan serta semoga bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Malang, November 2024

Penulis,

Areza Vitra Mahfiudi

## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Landasan Teori .....	15
2.3 Kerangka Pikir .....	39
2.4 Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Lokasi Penelitian.....	43
3.2 Jenis Penelitian.....	43
3.3 Populasi.....	43
3.4 Sumber dan Jenis Data .....	45
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	45
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	48
3.7 Metode Pengumpulan Variabel .....	49
3.8 Teknik Analisis Data .....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	57

4.1.	Karakteristik Responden .....	57
4.2.	Hasil Analisis Rentang Skala .....	61
4.3.	Hasil Analisis Partial Least Square (PLS).....	72
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		100
5.1.	Kesimpulan .....	100
5.2.	Keterbatasan Penelitian.....	101
5.3.	Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA .....		104
LAMPIRAN.....		111



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data Platform Belanja Online di Indonesia.....	6
Tabel 1. 2 Daftar Platform yang mendukung fitur live shopping di tahun 2023 versi Snapchart.....	7
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	46
Tabel 3.2 Teknik Penskalaan Data .....	49
Tabel 3.3 Rentang Skala Kualitas Pelayanan, Minat Beli, dan Keputusan Pembelian .....	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	58
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	58
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan .....	59
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan metode pembayaran.....	60
Tabel 4.6 Rentang Skala Variabel Kualitas Pelayanan.....	61
Tabel 4.7 Rentang Skala Variabel Minat Beli .....	68
Tabel 4.8 Rentang Skala Variabel Keputusan Pembelian .....	70
Tabel 4.9 Hasil Outer Loadings .....	73
Tabel 4.10 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	74
Tabel 4.11 Hasil fornell-larcker .....	76
Tabel 4.12 Hasil Cross Loading .....	77
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas .....	78
Tabel 4.14 Hasil Nilai R-Square .....	79
Tabel 4.15 Hasil Nilai R-Square .....	80
Tabel 4.16 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Langsung .....	81
Tabel 4.17 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Tidak Langsung .....	83
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis .....	84

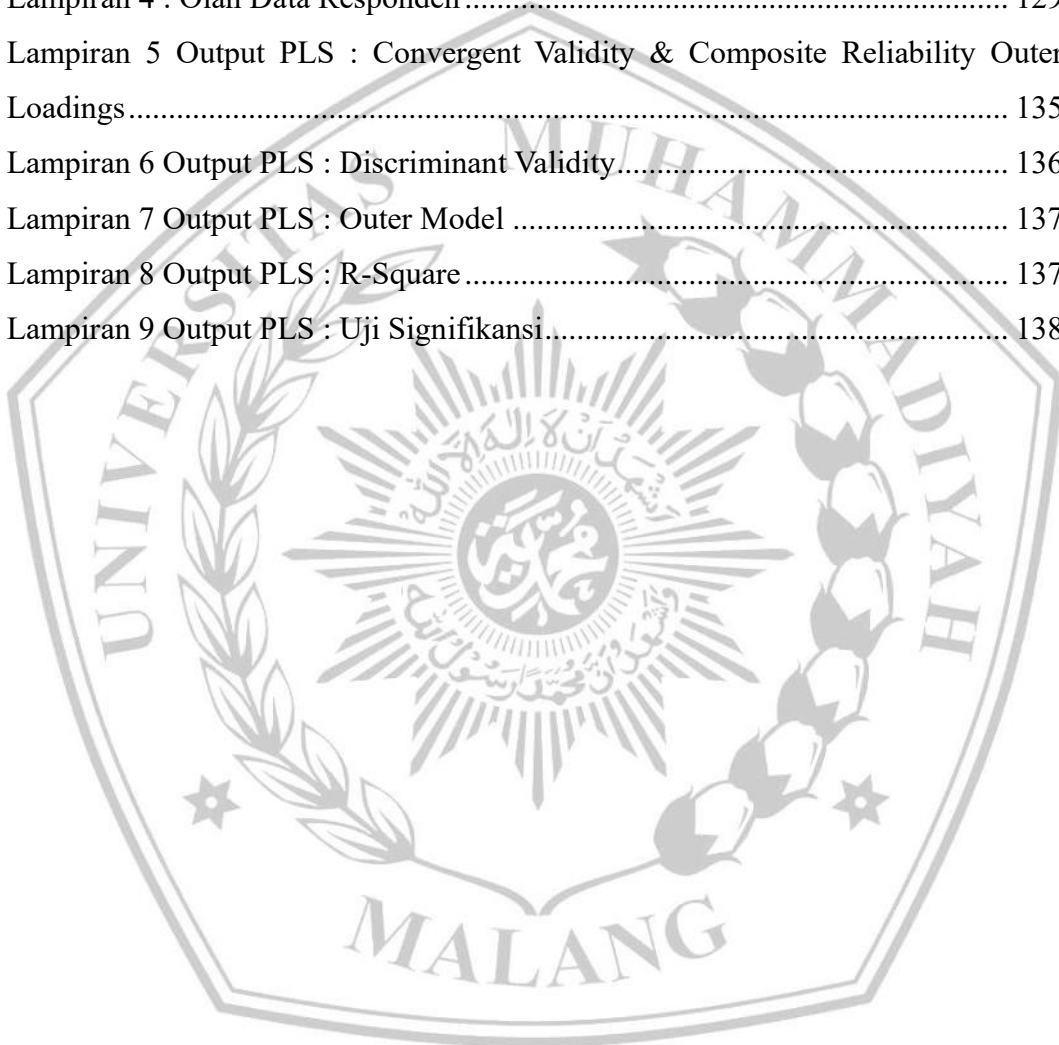
## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	15
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian .....	22
Gambar 2.3 Kerangka Pikir Penelitian.....	40
Gambar 4.1 Hasil Uji Outer Model.....	75



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Ulasan & Rating pada Playstore.....	112
Lampiran 2 : Penelitian Terdahulu .....	113
Lampiran 3 : Kuesioner.....	124
Lampiran 4 : Olah Data Responden .....	129
Lampiran 5 Output PLS : Convergent Validity & Composite Reliability Outer Loadings.....	135
Lampiran 6 Output PLS : Discriminant Validity.....	136
Lampiran 7 Output PLS : Outer Model .....	137
Lampiran 8 Output PLS : R-Square .....	137
Lampiran 9 Output PLS : Uji Signifikansi.....	138



## DAFTAR PUSTAKA

- Abigail Alda Widyartini, & Dinalestari Purbawati. (2020). *Pengaruh Service Quality Dan Price Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen E-Commerce Elevenia.Co.Id Di Kota Semarang.* 12-23. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/23709>
- Adyanto, B. C., & Santosa, S. B. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga Dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi layanan E-commerce Berrybenka.com). *Diponegoro Journal Of Management*, 7(1), 1–0. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Afida Mar'atus Solikha. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online Dalam Perspektif Islam Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Konsumen Tokopedia Kota Salatiga).* <http://e-repository.perpus.uinsalatiga.ac.id/13858/>
- Agung Waluyo & Yudha Trishananto. (2022). *Customer Review Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.* 21- 36. <https://attractivejournal.com/index.php/bil>
- Annisa Fadila, Tengku Putri Lindung Bulan, & Suri Amilia. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Shopee Di Pangkalan Brandan. *JIM Manajemen: Manajerial Terapan*, 1, 19–26. <https://jim.unsam.ac.id/index.php/JMT/article/view/117>
- Arin Urnika, & Imroatul Khasanah. (2023). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Di Lazada Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*, 12(1). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

- Arini, N., Saroh, S., & Hardati, R. N. (2022). Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen E-Commerce Tokopedia). In *Jiagabi* (Vol. 11, Issue 2). <https://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/5064>
- Ayu Wandira. (2022). *Pengaruh Islamic Branding, Viral Marketing, Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. (Vol. 14, Issue 5)
- Bunga Syafira Nugraha Sukmawati, & Cut Irna Setiawati. (2021). *Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee*. (Vol. 5, Issue. 3) <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/169748/analisis-persepsi-harga-promosi-kualitas-layanan-dan-kemudahan-penggunaan-terhadap-keputusan-pembelian-produk-pada-marketplace-shopee.html>
- Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A. (2021). *Ilomata International Journal of Tax & Accounting (IJTC) The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction. Ilomata International Journal of Tax & Accounting*, 2(1), 61–70. <https://www.ilomata.org/index.php/ijtc>
- Dermawan, S. O., Fettry, S., & Maratno, E. (2023). The Influence Of information Quality, Online Customer Review And Purchase Interest On Purchase Decision Of Goto Group E-Commerce Sales Application. *Journal of Social and Economics Research*, 5(2). <https://idm.or.id/JSER/index>.
- Firman Aprianto Rusadi. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, E-Wom, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Situs E-Commerce Lazada Di Kota Semarang*.
- Garnis Irawati. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Experience Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Kecantikan. *E-Journal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan)*, 9, 182–192.



- Indah Dwi Prasetyaningrum, & Noor Indah Rahmawati. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Electronic Word Of Mouth, Dan Citra Merk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Situs E-Commerce Lazada Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 10, 345–355. <https://id.techinasia.com/survei-website-ecommerce-populer-indonesia>
- Indartini, M., & Rachma Herawati, N. (2023). Analisis Pengaruh Website Design Quality, E-Service Quality Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Sociolla. In *Jamer : Jurnal Ilmu-Ilmu Akuntansi Merdeka: Vol. ISSN*.
- Iqbal Aditya Nugroho. (2022). *Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Akses Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya)*.
- Iskandar, D., & Irfan Bahari Nasution, M. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 128–137. <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3590>
- Isyanahapsari, S., & Nurseto, S. (2020). *Pengaruh Periklanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Elevenia Di Kota Semarang)*. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/19122>
- Khoirul Barriyah, & Ama Suyanto. (2019). *Effect Of E-Service Quality On Purchase Intention Visitors Online Store Shopee.Co.Id*. <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/148906/pengaruh-e-service-quality-terhadap-minat-beli-pengunjung-toko-online-shopee-co-id-effect-of-e-service-quality-on-purchase-intention-visitor-online-store-shopee-co-id.html>
- Livia Nita Karina Pasi, & Budi Sudaryanto. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Reviews Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Shopee Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 10(3), 1–12. [Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr](http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr)

Minarti, I., Sia Niha, S., Augustin Lpoes Amaralia, M., & Amaral, L. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Kupang Yang Dimediasi Minat Beli* (Vol. 19). <http://jurnal.untidar.ac.id>

Mirza, S., Kusnadi, F. E., Soeliha, S., Abdurachman, U., & Situbondo, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Dengan Minat Beli Produk Fashion Muslim Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 1(2), 256–271.

Mohammad Hasby Ashshiddiqi, Achmad Agus Priyono, & Arini Fitria Mustapita. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Marketplace Situs Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Kota Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/20818>

Nadila Deliana. (2022). *Pengaruh Kualitas Website Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Shopee*. 1–128. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/38022;jsessionid=FBD920667B0C4C015F99071A6063934A>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15e). Global Edition Pearson.

- Nur Islamiyah, Nur Hidayati, & Mohammad Rizal. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Shopee Mahasiswa Universitas Islam Malang). *e-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Universitas Islam Malang*, 09. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/8351>
- Ovi Prima Nofri, & Tri Indra Wijaksana. (2021). *Analisa Pengaruh Promosi Tanggal Istimewa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Marketplace Shopee (Studi Di Provinsi Sumatera Barat)*. <https://repository.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/175580/slug/analisa-pengaruh-promosi-tanggal-istimewa-dan-kualitas-pelayanan-terhadap-minat-beli-ulang-konsumen-di-marketplace-shopee-studi-di-provinsi-sumatera-barat-.html>
- Primaputra, R. Z., & Sudaryanto, B. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kepercayaan Konsumen, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee Food (Kasus Pada Pengguna Layanan Shopee Food Yang Berdomisili Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 12(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Putri, D. C., & Adriyanto, A. T. (2024). Pengaruh e-service quality dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli (Studi pada pengguna Shopee di Kota Semarang). *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 252–265. <https://journals.usm.ac.id/index.php/jreb/article/view/7084>
- Revangelista Mambu, Johny R. E. Tampi, & Danny D. S. Mukuan. (2021). Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi E-Commerce Shopee di Kota Tondano. In *Productivity* (Vol. 2, Issue 1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/32942>

- Rusmawati, N. P. (2024). *Pengaruh Promosi, Citra Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs E Commerce Bukalapak Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*.
- Septiara Bela Ardiana. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Shopee*.
- Sitorus, T. B., & Purwanto, E. (2019). *The effect of service quality and website quality of zalora.Com on purchase decision as mediated by purchase intention* *Quality Management* 87. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/#iema>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Swastha, B. (2008). *Menejemen Pemasaran Modern (2nd ed.)*. Penerbit Liberty-Yogyakarta.
- Urnika, A., & Khasanah, I. (2023). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Di Lazada Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*, 12(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Ustadriatul Mukarromah, Mirtan Sasmita, & Lilis Rosmiati. (2022). Pengaruh Konten Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), 73–84. <https://doi.org/10.37366/master.v2i1.444>
- Virawati, E., & Samsuri, A. (2020). *Pengaruh Store Image, Online Customer Review Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Uin Sunan Ampel Surabaya)*. <http://iprice.co.id/insights/mapofecommerce>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. CV. ANDI.

Delia Anggraini. (2023). *Fenomena online shopping ubah kehidupan masyarakat*. 1-2. <https://babel.antaranews.com/berita/382752/fenomena-online-shopping-ubah-kehidupan-masyarakat>

Ikhsan. (2023). *18 Marketplace Online Terbesar di Indonesia*. <https://sasanadigital.com/pilih-marketplace-atau-toko-online-sendiri-pahami-dulu-perbedaannya/>

Rian Rahmanda. (2024). *Perbedaan Marketplace, E-Commerce, dan Social Commerce di Indonesia*.

Sirclo. (2021). *Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening*. (Vol. 23, Issue 3)

Sonny Fransisco, Nurzalinar Joesah, Jeffry Latumahina. (2023). *Keputusan Pembelian pada Fitur TikTok Shop dengan Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. (Vol.4, No. 2). 301-314.

<https://www.journalthamrin.com/index.php/ileka/article/view/2001/pdf>



## LEMBAR PLAGIASI



**Lembaga Informasi dan Publikasi**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang  
**Tanda Terima Cek Plagiasi**

Tanggal : 6/1/2025

Kode : 2559238018  
 Nama : Areza Vitra Mahfiudi  
 NIM : 201910160311582  
 Prodi : Manajemen  
 Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Mediasi Minat Beli (Studi pada TikTok Shop di Kota Malang)  
 Persentase Plagiasi : **13%**  
 Keterangan : **LULUS**

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M



**Lembaga Informasi dan Publikasi**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang  
**Tanda Terima Cek Plagiasi**

Tanggal : 6/1/2025

Kode : 2559238018  
 Nama : Areza Vitra Mahfiudi  
 NIM : 201910160311582  
 Prodi : Manajemen  
 Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Mediasi Minat Beli (Studi pada TikTok Shop di Kota Malang)  
 Persentase Plagiasi : **13%**  
 Keterangan : **LULUS**

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M