

**PENGARUH 3C TERHADAP *REVISIT* DENGAN MEDIASI  
*CONSUMER JOURNEY* DAN DIMODERASI OLEH  
*CONVERSATION***  
(Studi Pada Konsumen Pasar Perantara *Online Blibli* di Kabupaten Bekasi)

SKRIPSI



OLEH:  
NI MADE BUNGA KINANTI MARA YASA  
NIM: 112010870

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

**PENGARUH 3C TERHADAP *REVISIT* DENGAN  
MEDIASI *CONSUMER JOURNEY* DAN DIMODERASI OLEH  
*CONVERSATION*  
(Studi Pada Konsumen Pasar Perantara *Online Blibli* di Kabupaten Bekasi)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

**SKRIPSI**



**OLEH:**  
**NI MADE BUNGA KINANTI MARA YASA**  
**NIM: 112010870**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi:

Nama Mahasiswa : Ni Made Bunga Kinanti Mara Yasa  
NIM : 112010872  
Judul Skripsi : Pengaruh 3C Terhadap *Revisit* Dengan Mediasi *Consumer journey* Dan Dimoderasi Oleh *Conversation* (Studi Pada Konsumen Pasar Perantara *Online* Blibli Di Kabupaten Bekasi)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 12 Juni 2024

Pembimbing,



Dr. Hj. Surya Bintarti, S.E., M.M.

NIDN: 0423107203

**Lembar Pengesahan Publikasi Pengganti Ujian Sidang Skripsi**

SKRIPSI

***PENGARUH 3C TERHADAP REVISIT DENGAN MEDIASI CONSUMER  
JOURNEY DAN DIMODERASI OLEH CONVERSATION  
(Studi Pada Konsumen Pasar Perantara Online Blibli di Kabupaten Bekasi)***

Dipersiapkan dan disusun oleh:  
Ni Made Bunga Kinanti Mara Yasa  
112010870

Telah dipublikasikan pada Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen,  
volume 9, nomor 2, tahun 2024 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu  
persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

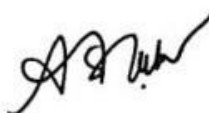
Bekasi, 20 Juli 2024

Ka.Prodi Manajemen



Yunita Ramadhani RDS.,S.E.,M.Sc.  
NIDN: 0406068402

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M  
NIDN: 0404046508

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ni Made Bunga Kinanti Mara Yasa  
NIM : 112010870  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 12 Juni 2024

Tanda tangan



Ni Made Bunga Kinanti Mara Yasa

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Maka, barang siapa mengajarkan kebaikan seberat biji zarah, niscaya dia akan melihat (balasan)nya”  
(QS Az-Zalzalah :7)

“Hidup ini seperti sepeda. Agar tetap seimbang, kau harus terus bergerak”  
(Albert Einstein)

"Mulailah dari tempatmu berada, gunakan yang kau punya, lakukan yang kau bisa”  
(Arthur Ashe)

Dengan penuh rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dan juga sholawat serta salam tak lupa penulis curahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan cahaya dalam kehidupan di dunia ini, semoga syaafa'at Beliau selalu menyertai penulis, aamiin. Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh cinta kasih kepada:

- Ayahanda (Alm) Ketut Mara Yasa, Ibunda tercinta Diah Hardini, Kakak ku tersayang I Gde Bayu Priyambada Mara Yasa, Kakek ku (Alm) Heri, Nenek ku Sriana dan seluruh keluarga besar.
- Dosen Pembimbing Ibu Dr. Hj. Surya Bintarti SE.,MM dan Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan pengetahuan serta teladan yang sangat berharga
- Pasangan saya Raihan Hakim Suryanegara, yang telah memberikan saya semangat hingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
- Sahabat saya Dinda, Lita, Vina, Nanda, Khansa, Dimas, Oki, Zikran, Salsa, Fatin, Beby, Yuki, Nadine, Indah, Mahda, Elisah, Syeila, ANJ Grup dan orang-orang yang mendoakan serta menginginkan yang terbaik untuk saya.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul “Pengaruh 3C Terhadap *Revisit* Dengan Mediasi *Consumer journey* Dan Dimoderasi Oleh *Conversation* (Studi Pada Konsumen Pasar Perantara *Online* Blibli Di Kabupaten Bekasi). Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa (UPB).

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Allah SWT Yang Maha Esa yang telah memberikan Kesehatan agar bisa Menyusun skripsi ini dengan lancar.
2. Ibu Dr. Hj. Surya Bintarti.,SE.,M.M selaku Pembimbing Utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
3. Bapak Ir. H. Moh Mardiana.,M.M.,PHD, selaku Ketua Yayasan Pelita Bangsa.
4. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera., SKM., MM sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.
5. Tim Penguji, Ibu Dr. Nur'Aeni.,SE.,M.Si, terima kasih telah berkenan memberikan masukan untuk penyempurnaan naskah mulai dari gagasan awal tema penelitian hingga selesainya skripsi ini.
6. Ibu Dr. Yunita Ramadhani RDS.,S.E., M.Sc dan Bapak Wachid Hasyim.,S.E.,M.M selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat Menulis Skripsi Mahasiswa.
7. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.

8. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Skripsi ini.
9. Orang tuaku tercinta yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan serta mendoakan penulis dengan penuh kesabaran, keteladanan, pengorbanan yang tidak terhingga. Semoga Allah SWT membalas semuanya dengan menempatkan keduanya pada Jannah-Mu bersama orang-orang beriman. Aamiin...Yaa Rabbal ‘alamiin.
10. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas keakraban, diskusi, saran, dan semangat yang diberikan. Penulis selalu merindukan saat-saat diskusi bersama di masa perkuliahan.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga tugas akhir/skripsi/tesis ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 27 Juni 2024

Penulis,



Ni Made Bunga Kinanti Mara Yasa



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	13
1.5 Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>15</b>
2.1 Landasan Teori .....	15
2.1.1 Pengertian <i>Revisit</i> .....	15
2.1.2 Pengertian <i>Consumer journey</i> .....	16
2.1.3 Pengertian <i>Communal activation</i> .....	17
2.1.4 Pengertian <i>Co-creation</i> .....	18
2.1.5 Pengertian <i>Currency</i> .....	20
2.1.6 Pengertian <i>Conversation</i> .....	21
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	22
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian .....	28
2.3.1 Hipotesis .....	28
2.3.2 Model Penelitian .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>34</b>
3.1 Jenis dan Disain Penelitian .....	34
3.1.1 Jenis Penelitian .....	34
3.1.2 Desain Penelitian .....	35
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	36
3.2.1 Definisi Operasional .....	36
3.2.2 Pengukuran Variabel .....	38
3.3 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel .....	38
3.4 Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data .....	39
3.4.1 Jenis Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	39
3.4.2 Metode Pengumpulan Data .....	39
3.5 Metode Analisis Data .....	41

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	41
3.5.2 Analisis Statistik Inferensial .....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	49
4.1.1 Hasil Penelitian Gambaran Umum PT Global Digital Niaga	49
4.1.2 Hasil Analisis Data .....	53
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>89</b>
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>95</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Celah Penelitian .....	9
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	36
Tabel 3.2 Skala Likert .....	40
Tabel 3.3 Penilaian Evaluasi Inner Model .....	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden .....	53
Tabel 4.2 Hasil Deskripsi Revisit.....	55
Tabel 4.3 Hasil Deskripsi Consumer journey .....	57
Tabel 4.4 Hasil Deskripsi Communal activation .....	58
Tabel 4.5 Hasil Deskripsi Co-creation .....	60
Tabel 4.6 Hasil Deskripsi Currency .....	61
Tabel 4.7 Hasil Deskripsi Conversation.....	63
Tabel 4.8 Hasil Outer Loading Revisit.....	65
Tabel 4.9 Hasil Outer Loading Communal activation .....	67
Tabel 4.10 Hasil Outer Loading Co-creation .....	68
Tabel 4.11 Hasil Outer Loading Currency .....	69
Tabel 4.12 Hasil Outer Loading Consumer journey .....	70
Tabel 4.13 Hasil Outer Loading Co-creation .....	71
Tabel 4.14 Cross Loading .....	73
Tabel 4.15 Average Variant Extracted .....	74
Tabel 4.16 Construct Reliability dan Validity .....	75
Tabel 4.17 Uji Evaluasi R-Square.....	76
Tabel 4.18 Uji Path Coefficiencie .....	77
Tabel 4.19 Uji ANOVA .....	79
Tabel 4.20 Uji Mediasi.....	81
Tabel 4.21 Uji Moderasi.....	82

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Hipotesis dan Model Penelitian .....	32
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	35
Gambar 4.1 Aplikasi Blibli.com di Play Store.....	50
Gambar 4.2 Tampilan Utama, Flash Sale, Bebas Cicilan 0%, dan Filter .....	51
Gambar 4.3 Tampilan Website Blibli.com (www.blibli.com).....	51
Gambar 4.4 Hasil dari SEM-PLS.....	65
Gambar 4.5 Hasil Regresi Linear Berganda .....	78
Gambar 4.6 Hasil Bootstrapping.....	80

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Mapping Jurnal.....	96
Lampiran 2. Data Kunjungan.....	108
Lampiran 3. Data Tabel Perusahaan.....	109
Lampiran 4. Analisis Bauran 4C .....	109
Lampiran 5. Lembar Kuesioner .....	111
Lampiran 6. Hasil Kuesioner 103 Responden .....	115
Lampiran 7. Karakteristik Responden .....	159
Lampiran 8. Nilai Tabel .....	160
Lampiran 9. Hasil Olah Data .....	162
Lampiran 10. Hasil Turnitin.....	166

***The Influence Of 3c On Revisit With Consumer Journey Mediation And  
Moderation By Conversation  
(Study of Blibli Online Intermediary Market Consumers in Bekasi Regency)***

Ni Made Bunga Kinanti Mara Yasa<sup>1)</sup>  
Surya Bintarti<sup>2)</sup>

***Abstract***

*Internet use in various countries is growing rapidly thanks to smartphones, which make access easier and increase the market share of internet users. The high use of the internet has a positive impact on the Indonesian economy, especially in e-commerce transactions on Marketplaces. Katadata data shows that the Blibli marketplace during the fourth quarter of 2022 managed to occupy fourth (4th) position in monthly visits. This research aims to examine the influence of communal activation, co-creation and currency on revisits with consumer journey mediation and conversation mediators among Blibli consumers. The sampling method applied in this research is nonprobability sampling, specifically the purposive sampling method. A total of 103 respondents aged 17-45 years in Bekasi Regency were the research samples. In the process of analyzing data, this research uses the Structural Equation Model (SEM), with the support of the SmartPLS 3.0 and 4.0 programs. This tool is used to test the validity and reliability of the instrument, evaluate the goodness of fit of the model, and explore the relationships proposed in the proposed theoretical framework. This research proves 1) Three marketing elements in the marketing 4.0 concept, namely communal activation, co-creation, and currency offered by the Blibli marketplace, can jointly support the development of the consumer journey. 2) Consumer journey during shopping on the Blibli marketplace has great potential in supporting revisit rates. 3) Consumer journey while shopping on the Blibli marketplace cannot moderate the conversation regarding the revisit level.*

*Keywords: communal activation, co-creation, currency, consumer journey, conversation, and revisit.*

- 1) Mahasiswa
- 2) Dosen Pembimbing

**PENGARUH 3C TERHADAP REVISIT DENGAN MEDIASI CONSUMER  
JOURNEY DAN DIMODERASI OLEH CONVERSATION  
(Studi Pada Konsumen Pasar Perantara *Online* Blibli di Kabupaten Bekasi)**

Ni Made Bunga Kinanti Mara Yasa<sup>1)</sup>  
Surya Bintarti<sup>2)</sup>

**ABSTRAK**

Penggunaan internet di berbagai negara berkembang pesat berkat ponsel pintar, yang memudahkan akses dan meningkatkan pangsa pasar pengguna internet. Tingginya penggunaan internet berdampak positif pada ekonomi Indonesia, terutama dalam transaksi e-commerce di Marketplace. Data Katadata menunjukkan bahwa *marketplace* Blibli selama kuartal IV tahun 2022 berhasil menempati posisi urutan keempat (4) dalam kunjungan bulanan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji terkait *communal activation*, *co-creation* dan *currency* berpengaruh terhadap *revisit* dengan mediasi *consumer journey* serta mediator *conversation* pada konsumen Blibli. Metode pengambilan sampel yang diterapkan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, khususnya metode *purposive sampling*. Sebanyak 103 responden berusia 17-45 tahun di Kabupaten Bekasi menjadi sampel penelitian. Proses menganalisis data, penelitian ini menggunakan Structural Equation Model (SEM), dengan dukungan program SmartPLS 3.0 dan 4.0. Alat ini digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, mengevaluasi *goodness of fit* model, serta mengeksplorasi hubungan yang diajukan dalam kerangka teoritis yang diusulkan. Penelitian ini membuktikan 1) Tiga elemen pemasaran dalam konsep *marketing* 4.0, yakni *communal activation*, *co-creation*, dan *currency* yang ditawarkan oleh *marketplace* Blibli dapat secara bersama-sama mendukung perkembangan *consumer journey*. 2) *Consumer journey* selama berbelanja pada *marketplace* Blibli memiliki potensi yang besar dalam mendukung tingkat *revisit*. 3) *Consumer journey* selama berbelanja pada *marketplace* Blibli tidak dapat memoderasi *conversation* terhadap tingkat *revisit*.

Kata kunci: *communal activation*, *co-creation*, *currency*, *consumer journey*, *conversation*, dan *revisit*.