

**PENGARUH IKLAN DAN KEPUASAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO
ONLINE SHOPEE
(Studi Kasus PT. Pan Ekspres International)**

SKRIPSI

**Oleh :
Indriyani
201710325124**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Dan Kepuasan Pelayanan
Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online
Shopee
(Studi Kasus PT. Pan Ekspres International)

Nama Mahasiswa : Indriyani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325124

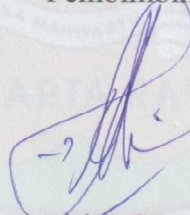
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi Dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Kamis, 28 Januari 2021

Jakarta, 29 Januari 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing



Andrian SE,MM.
NIDN:0321077102

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Dan Kepuasan Pelayanan
Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online
Shopee
(Studi Kasus PT. Pan Ekspres International)

Nama Mahasiswa : Indriyani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325124

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi Dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Kamis, 28 Januari 2021

Jakarta, 29 Januari 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA.

NIDN : 0309048102

Penguji I : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.

NIDN : 0325057908

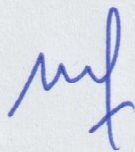
Penguji II : Andrian, S.E., M.M.

NIDN : 0321077102

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

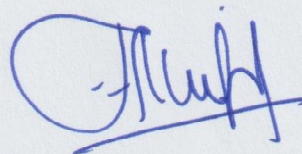


M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.

NIDN : 0325057908

Dekan

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP.

NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh Iklan dan Kepuasan Pelayanan terhadap keputusan Pembelian pada Toko online Shopee (studi kasus PT. Pan Ekspres International) ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 28 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,



Indriyani
201710325124

ABSTRAK

Indriyani, 201710325124. Pengaruh iklan dan kepuasan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko online shopee (studi kasus PT. Pan Ekspres International).

Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui Pengaruh dari Iklan dan kepuasan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dan melakukan pengolahan data menggunakan SPSS. Jumlah sampel sebesar 55 yang ditentukan dengan menggunakan rumus Solvin, dan menggunakan metode pengambilan sample. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara parsial a). Iklan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t yang didapatkan dari nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3.437 > 2,006$) dan dengan nilai signifikan (Sig.), b). Kepuasan Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t yang didapatkan dari nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3.887 > 2,006$) dan dengan nilai signifikan (Sig). Dan secara simultan Iklan dan Kepuasan Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji f yang didapatkan dari nilai f hitung lebih besar dari f tabel $> F$ tabel ($707.591 > 3.17$) dan dengan nilai signifikan (Sig).

Kata Kunci : Iklan, Kepuasan Pelayanan , Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Indriyani, 201710325124. *Effect of advertising and service satisfaction on purchasing decisions at online shop shopee (case study of PT. Pan Ekspres International)*

This study aims to determine the effect of advertising and service satisfaction on purchasing decisions. This research was conducted with quantitative methods and data processing using SPSS. The sample size was 55 which was determined using the Solvin formula, and using the sampling method. The results of the study show that partially a). Advertising has an effect on purchasing decisions. This is indicated by the results of the t test obtained from the t value greater than t table ($3,437 > 2,006$) and with a significant value (Sig.), B). Service satisfaction has an effect on purchasing decisions. This is indicated by the results of the t test obtained from the t value greater than t table ($3.887 > 2.006$) and with a significant value (Sig). And simultaneously Advertising and Service Satisfaction have a significant effect on Purchasing Decisions. This is indicated by the results of the f test obtained from the calculated f value is greater than f table > F table ($707.591 > 3.17$) and with a significant value (Sig).

Key words: Advertising, Service Satisfaction, Purchasing Decisions

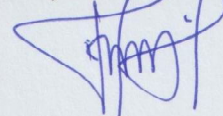
KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur yang tidak terhingga penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat hidayah dan taufiqnya saya mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat gelar sarjana program studi Manajemen Pemasaran. Judul Skripsi penulis yang berjudul Pengaruh Iklan dan Kepuasan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Shoppe (Studi Kasus PT.Pan Ekspres International). Dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.AK, CA, CSRS, CSRA, CMA, CBV, CACP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Fadhli Nursal, S.E., M.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis
4. Bapak Andrian S.E, M.M. selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan baik selama beberapa bulan ini.
5. Terimakasih kepada seluruh karyawan di Pan Ekspres International Raya Jl. Raya Bekasi km. 27 no.425 Medan Satria
6. Terima Kasih kepada Orang tua Tercinta, Adik Tercinta, Keluarga dan teman-teman saya yang selalu memberi semangat, dukungan, do'a dan perhatian selama ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis serta semua pihak Berkepentingan dalam penulisan proposal skripsi ini, Akhir kata penulis ucapkan terimakasih.

Bekasi, 28 Januari 2021



Indriyani

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.1 Konsep Pemasaran	9
2.1.2 Digital Marketing.....	9
2.2 Keputusan Pembelian	10
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	10
2.2.2 Faktor Keputusan Pembelian	11
2.3 Periklanan	12
2.3.1 Pengertian Iklan.....	12
2.3.2 Komponen dalam Institusi Periklanan	13
2.3.3 Tujuan Iklan.....	14
2.3.4 Media Iklan.....	15
2.3.5 Promosi	16

2.4 Kepuasan Pelayanan	16
2.5 Penelitian Terdahulu	17
2.6 Kerangka Pikiran	20
2.7 Hipotesis Penelitian.....	20
2.7.1 Pengaruh Iklan Terhadap keputusan pembelian Konsumen.....	20
2.7.2 Pengaruh Kepuasan Pelayanan Terhadap keputusan pembelian konsumen	21
2.7.3 Pengaruh Iklan dan kepuasan pelayanan Terhadap keputusan pembelian Konsumen.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Desain Penelitian	22
3.2 Tahapan Penelitian	22
3.3. Tempat dan Waktu penelitian	23
3.3.1 Tempat Penelitian	23
3.3.2 Waktu Penelitian.....	23
3.4 Skala Pengukuran Variabel	23
3.5 Metode Pengambilan Sampel	24
3.5.1 Populasi.....	24
3.5.2 Sampel	24
3.6 Teknik Analisis Data.....	25
3.6.1 Uji Statistik Deskriptif.....	25
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	26
3.6.2.1 Uji Normalitas	27
3.6.2.2 Uji Multikolinearitas.....	27
3.6.2.3 Uji Heterokedastisitas	27
3.6.2.4 Analisis Regresi Berganda	27
3.7 Uji Hipotesis	28
3.7.1 Uji t (secara parsial)	28
3.7.2 Uji f (secara simultan).....	29
3.7.3 Uji koefisien Determinasi (R^2).....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Profil Perusahaan	31

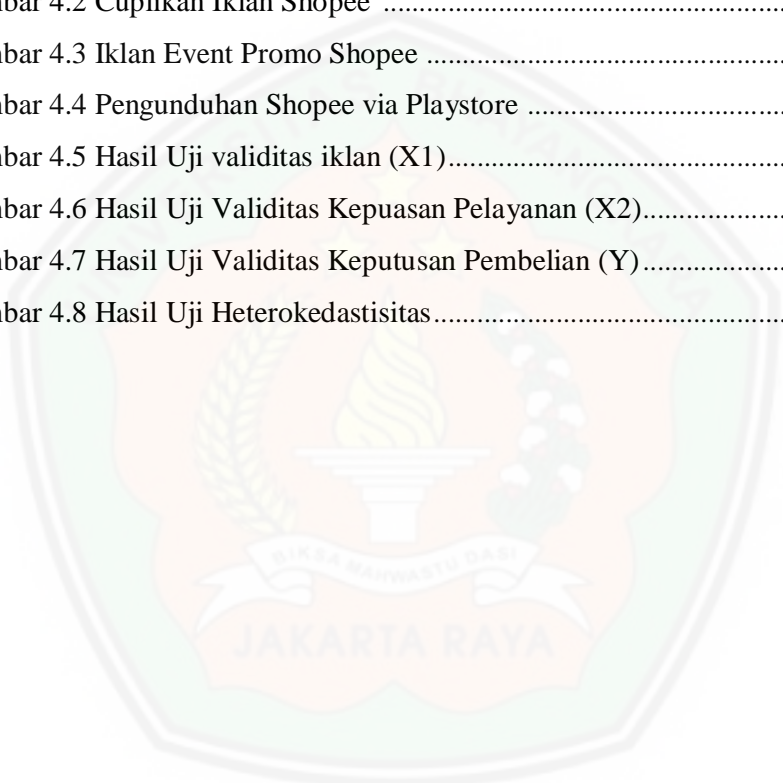
4.1.1 Profil Shoppe.....	31
4.2 Hasil Analisis Deskriptif	35
4.2.1 Karakteristik Responden.....	35
4.3 Hasil Analisis statistik.....	37
4.3.1 Uji Validitas	37
4.3.2 Uji Reabilitas.....	41
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	43
4.4.1 Uji Normalitas	43
4.4.2 Uji Multikolinearitas	44
4.4.3 Uji Heterokedastisitas.....	45
4.4.4 Analisis Regresi Berganda.....	46
4.5 Hasil Uji Hipotesis	48
4.5.1 Uji t (Uji Parsial	48
4.5.2 Uji f (Uji Simultan)	49
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R Square)	50
4.6 Pembahasan	51
BAB V PENUTUP	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Implikasi Manajerial	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Peneliti Terdahulu	17
Tabel 3.1	Skala likert	24
Tabel 4.1	Deskripsi responden berdasarkan usia	36
Tabel 4.2	Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin	36
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Iklan (X1).....	37
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelayanan (X2).....	40
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	41
Tabel 4.6	Hasil Nilai Cronbach Alpha Iklan (X1)	42
Tabel 4.7	Hasil Nilai Cronbach Alpha Kepuasan Pelayanan (X2)	42
Tabel 4.8	Hasil Nilai Cronbach Alpha Keputusan Pembelian (Y)	42
Tabel 4.9	Hasil Uji Reabilitas	43
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas.....	44
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4.12	Hasil Uji Analisis Linear Berganda	47
Tabel 4.13	Hasil Uji t	48
Tabel 4.14	Hasil Uji f	50
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi R square	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil survey APJJT Total pengguna internet tahun 2018.....	2
Gambar 1.2 Hasil survey pengguna internet berdasarkan usia tahun 2018.....	2
Gambar 2.1 Proses keputusan pembelian.....	11
Gambar 2.2 Konsep kepuasan pelanggan.....	17
Gambar 2.3 Kerangka pemikiran	20
Gambar 4.1 Halaman Depan dan metode Pembayaran Shoppe	32
Gambar 4.2 Cuplikan Iklan Shopee	33
Gambar 4.3 Iklan Event Promo Shopee	33
Gambar 4.4 Pengunduhan Shopee via Playstore	34
Gambar 4.5 Hasil Uji validitas iklan (X1).....	37
Gambar 4.6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelayanan (X2).....	39
Gambar 4.7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	41
Gambar 4.8 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa	58
Lampiran 2 Uji Plagiarisme.....	59
Lampiran 3 Uji Referensi.....	60
Lampiran 4 Buku Bimbingan	65
Lampiran 5 Angket Kuesioner Penelitian	69
Lampiran 6 Surat Persetujuan Dosen Pembimbing	73
Lampiran 7 Surat Riset	74
Lampiran 8 Surat Hasil Riset	75
Lampiran 9 Tabel Tabulasi	76
Lampiran 10 Hasil Data kuesioner	82
Lampiran 11 Hasil Output SPSS Versi 25.....	84

