

**PENGARUH IKLAN YOUTUBE DAN PROMO GRATIS  
ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN BERBELANJA *ONLINE***

**(Studi Kasus Pada Konsumen *e-Commerce* Bukalapak Di Kota Bekasi)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Alfian Renaldi**

**201510325337**



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

**2021**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Youtube dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Berbelanja *Online* (Studi Kasus Pada Konsumen *e-Commerce* Bukalapak di Kota Bekasi)

Nama Mahasiswa : Alfian Renaldi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325337

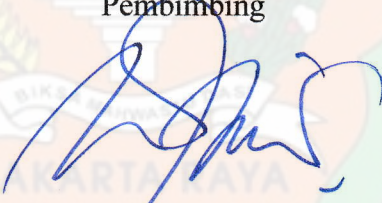
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 7 Juli 2021

Jakarta, 8 Juli 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing

  
Widi Winarso, S.E.,M.M.

NIDN. 0319067606

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Youtube dan Promo Gratis  
Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian  
Konsumen Berbelanja *Online* (Studi Kasus Pada  
Konsumen *e-Commerce* Bukalapak di Kota  
Bekasi)

Nama Mahasiswa : Alfian Renaldi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325337

Program Studi/ Fakultas : Manajemen/ Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 7 Juli 2021

Jakarta, 8 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Matdio Siahaan, S.E., M.M.  
NIDN. 0413047002

Penguji I : Widi Winarso, S.E., M.M.  
NIDN. 0319067606

Penguji II : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.  
NIDN. 0325057908

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen



Dr. Hadita, S. Pd., M.M.

NIDN. 0329048302

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 Youtube dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Berbelanja *Online* (Studi Kasus Pada Konsumen *e-Commerce* Bukalapak di Kota Bekasi) ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai kaidah penulisan karya ilmiah.

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

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjamkan dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi 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, 20 Juni 2021

Yang membuat pernyataan,



Alfiap Renaldi

201510325337

## ABSTRAK

**Alfian Renaldi. 201510325337.** Pengaruh Iklan Youtube dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Berbelanja *Online* (Studi Kasus Pada Konsumen *e-Commerce* Bukalapak di Kota Bekasi).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Iklan Youtube dan Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian berbelanja *online* Bukalapak. Metode yang dipergunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh Iklan Youtube dan Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian berbelanja *online* Bukalapak secara simultan adalah signifikan. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa Iklan Youtube berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian berbelanja *online* Bukalapak, dan Promo Gratis Ongkos Kirim berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian berbelanja *online* Bukalapak.

Kata Kunci: Iklan Youtube, Promo Gratis Ongkos Kirim, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

**Alfian Renaldi. 201510325337.** *The Influence of Youtube Advertising and Free Shipping Promos on Consumer Purchase Decisions for Online Shopping (Case Study on Bukalapak e-Commerce Consumers in Bekasi City).*

*This study aims to determine the effect of Youtube Ads and Free Shipping Promos on online shopping purchasing decisions of Bukalapak. The method used is a quantitative method using multiple linear regression analysis to test the hypothesis. The results of this study indicate that the effect of Youtube Ads and Free Shipping Promos on online shopping purchasing decisions of Bukalapak simultaneously is significant. The partial test results show that Youtube Ads have a positive and significant direct effect on online shopping purchase decisions of Bukalapak, and the Free Shipping Promo has a significant effect on online shopping purchasing decisions of Bukalapak.*

*Keywords: Youtube Ads, Free Shipping Promo, Purchase Decision*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh Iklan Youtube Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Konsumen e-Commerce Bukalapak Di Kota Bekasi)**”

Dari hati yang paling dalam penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. H. Bambang Karsono, Drs., S.H., M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Ibu Dr. Istianingsih, M.S.Ak, CA, CSRA, CMA, CACP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Bapak Widi Winarso, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi
5. Bapak Adi Wibowo Noor Fikri, S.Kom., M.B.A., selaku Dosen Pembimbing Akademik
6. Orang tua beserta adik tercinta yang telah memberikan doa dan bantuan baik secara moril maupun materil
7. Rekan-rekan lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis baik langsung maupun tidak langsung

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu mohon kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan membawa faedah bagi kita semua.

Jakarta, 20 Juni 2021

**Alfian Renaldi**

# DAFTAR ISI

Halaman

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Tentang Iklan YouTube .....	8
2.1.1 Pengertian Iklan YouTube.....	8
2.1.2 Variabel Yang Digunakan .....	9
2.1.3 Tujuan Iklan .....	11
2.1.4 Sasaran Periklanan .....	13



2.1.5	Media Periklanan.....	14
2.1.6	Iklan Internet .....	15
2.1.7	Dimensi Iklan .....	16
2.2	Tinjauan Tentang Promo Gratis Ongkos Kirim .....	16
2.2.1	Pengertian Promo Gratis Ongkos Kirim .....	16
2.2.2	Tujuan Promosi Pemasaran .....	18
2.2.3	Jenis Promosi.....	20
2.2.4	Faktor Yang Mempengaruhi Pilihan Metode Promosi .....	20
2.2.5	Pengaruh Siklus Bisnis Terhadap Strategi Promosi.....	21
2.2.6	Indikator Promosi .....	22
2.3	Tinjauan Tentang Keputusan Pembelian.....	23
2.3.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
2.3.2	Faktor – Faktor Keputusan Pembelian.....	25
2.3.3	Indikator Keputusan Pembelian .....	26
2.4	Penelitian Terdahulu .....	26
2.5	Kerangka Berpikir .....	32
2.6	Hipotesis Penelitian.....	33

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Desain Penelitian.....	34
3.2	Tahapan Penelitian .....	34
3.3	Model Konseptual Penelitian .....	35
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	36
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian .....	38
3.5.1	Tempat Penelitian.....	38
3.5.2	Waktu Penelitian .....	38

3.6	Metode Pengambilan Sampel.....	38
3.6.1	Populasi.....	39
3.6.2	Sampel.....	39
3.7	Metode Analisis Data.....	40
3.7.1	Kuesioner.....	40
3.7.2	Skala Pengukuran.....	41
3.8	Uji Validitas dan Realibilitas.....	41
3.8.1	Uji Validitas.....	41
3.8.2	Uji Realibilitas.....	42
3.9	Uji Asumsi Klasik.....	42
3.9.1	Uji Normalitas.....	42
3.9.2	Uji Multikolinieritas.....	43
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas.....	43
3.10	Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
3.11	Uji Hipotesis.....	44
3.11.1	Uji Parsial ( <i>t-test</i> ).....	44
3.11.2	Uji Simultan ( <i>F-test</i> ).....	45
3.11.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	46

#### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1	Profil Perusahaan.....	48
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	48
4.2	Karakteristik Responden.....	51
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51

4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan. ....	53
4.3	Metode Analisis Data.....	53
4.3.1	Uji Validitas .....	53
4.3.2	Uji Reabilitas.....	56
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	57
4.4.1	Uji Normalitas .....	57
4.4.2	Uji Multikolinearitas .....	61
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	62
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
4.6	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ Square) .....	64
4.7	Uji Hipotesis .....	64
4.7.1	Uji Simultan (Uji f).....	64
4.7.2	Uji Parsial (Uji t).....	65
4.8	Pembahasan.....	67
4.8.1	Pengaruh Iklan Youtube Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.8.2	Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian ...	68
4.8.3	Pengaruh Iklan Youtube dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian .....	69
 <b>BAB V PENUTUP</b>		
5.1	Kesimpulan .....	70

5.2	Implikasi Manajerial .....	71
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	72
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>

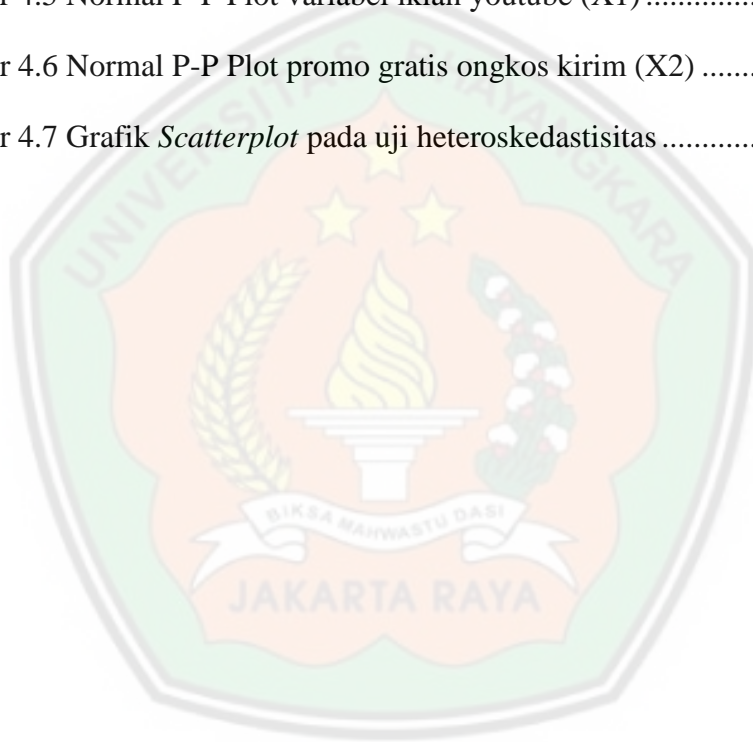


## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Layanan <i>e-commerce</i> yang paling diingat ( <i>top of mind</i> ).....	3
Tabel 2.1	Jenis Media Periklanan .....	14
Tabel 2.2	Dimensi Iklan.....	16
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	36
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	54
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Iklan Youtube (X1) .....	55
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Promo Gratis Ongkos Kirim (X2).....	55
Tabel 4.7	Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	56
Tabel 4.8	Hasil Uji Reabilitas Iklan Youtube (X1).....	57
Tabel 4.9	Hasil Uji Reabilitas Promo Gratis Ongkos Kirim (X2) .....	57
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas .....	58
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	63
Tabel 4.13	Model Summary (Koefisien Determinasi $R^2$ ).....	64
Tabel 4.14	Hasil Analisis Uji Simultan .....	65
Tabel 4.15	Uji t (Parsial).....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	32
Gambar 3.1 Model Penelitian .....	35
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	52
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
Gambar 4.4 Normal P-P Plot variabel keputusan pembelian (Y) .....	59
Gambar 4.5 Normal P-P Plot variabel iklan youtube (X1) .....	60
Gambar 4.6 Normal P-P Plot promo gratis ongkos kirim (X2) .....	60
Gambar 4.7 Grafik <i>Scatterplot</i> pada uji heteroskedastisitas .....	62



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 - Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 3 - Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran 4 - Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 5 - Tabel Uji *T-test*, Uji *F-test*, Determinasi ( $R^2$ )

Lampiran 6 – Uji Plagiarisme

Lampiran 7 – Uji Referensi

Lampiran 8 – Tabel t, Tabel f

Lampiran 9 – Buku Bimbingan

Lampiran 10 – Daftar Riwayat Hidup

