

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOPEE (STUDI
KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS
BHAYANGKARA JAKARTA RAYA)**

SKRIPSI

Oleh:

DIAN CHRISTIANI

201710325234



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Dian Christiani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325234

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 8 Juli 2021



Jakarta, 19 Juli 2021

MENYETUJUI,
Pembimbing

Matdio Sahaan, S.E., M.M

NIDN 0413047002

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Dian Christiani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325234

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 8 Juli 2021

Jakarta, 21 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Hadita, S.Pd., M.M

NIDN: 0329048302

Anggota Penguji I : Matdio Siahaan, S.E., M.M

NIDN: 0413047002

Anggota Penguji II : Widi Winarso, SE., M.M

NIDN: 0319067606

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

NIDN. 0329048302

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

NIDN. 0318107101

Lembar Pernyataan

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak ada unsur plagiat atau penjiplakan tulisan orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi dari skripsi ini yang sumbernya telah dituliskan secara jelas.

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

Saya memberikan izin skripsi ini untuk 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 mempublikasikan melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 19 Juli 2021



Dian Christiani
NPM : 201710325234

ABSTRAK

Dian Christiani. 201710325234. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan memahami hubungan antara variabel independen promosi dan harga terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Penelitian dilakukan di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya lebih tepatnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan pendekatan asosiatif. Teknik yang digunakan adalah purposive sampling, penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online kepada para mahasiswa di Universitas Bhayangkara terkhusus Fakultas Ekonomi dan Bisnis, didapatkan 120 sampel dari survei yang dilakukan lalu diolah menggunakan spss versi 25. Data tersebut diproses menjadi data primer dan hasil yang diperoleh bahwa variabel Promosi secara parsial berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian sebesar 2.523, variabel Harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian sebesar -1.396, dan Variabel Promosi dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian sebesar 89.386.

Kata kunci : Promosi, Harga , dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Dian Christiani. 201710325234. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

This study was conducted to determine and understand the relationship between the independent promotion variable and price on the dependent variable purchasing decisions. The research was conducted at Bhayangkara University, Greater Jakarta. More precisely at the Faculty of Economics and Business with an associative approach. The technique used is purposive sampling, this research was conducted by distributing online to students at Bhayangkara University, especially the Faculty of Economics and Business, obtained 120 samples from the survey conducted and then processed using SPSS version 25. The data became primary data and the results obtained that the Promotion variable partially affects the Purchase Decision variable by -1.396, and the Promotional Variable simultaneously affects the Purchase Decision variable by 89.386.

Keywords: Promotion, Price, and Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Saya ucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, kemampuan dan kesehatan yang saya dapatkan. Karena saya telah bisa menyelesaikan Tugas akhir skripsi saya ditengah keadaan pandemi covid 19 seperti sekarang ini dengan judul "Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)" pada waktu yang tepat. Tugas akhir ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan program pendidikan Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dengan dukungan teman dan keluarga, saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat waktu. Karena itu, saya sangat berterima kasih kepada:

1. Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M. sebagai Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Jaya
2. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M sebagai Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Matdio Siahaan, S. E, M. M sebagai Pembimbing Skripsi yang telah mengarahkan dan membimbing dalam pembuatan skripsi ini.
5. Milda Handayani, S. E, M. M sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan motivasi selama perkuliahan.
6. Semua dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
7. Keluarga dan teman-teman yang telah memberikan baik itu dalam bentuk dukungan dan doa selama pengerjaan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan.

Semoga skripsi saya ini dapat bermanfaat bagi pembaca, terutama untuk kemajuan masa depan masyarakat Indonesia.

Jakarta, 21 Juli 2021



Dian Christiani

NPM : 201710325234



DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Pembimbing	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar pernyataan	iii
Abstrak.....	iv
Abstract.....	v
Kata Pengantar	vi
Daftar isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Bab I Pendahuluan	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	4
1.3.Tujuan Penelitian	5
1.4.Manfaat Penelitian	5
1.5.Batasan Masalah	5
1.6.Sistematika Penulisan	5
Bab II Tinjauan Pustaka.....	7
2.1. Promosi.....	7
2.1.1. Pengertian Promosi	7
2.1.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi	7
2.1.3. Tujuan dan fungsi promosi	8
2.1.4. Bauran Promosi.....	11

2.2. Harga.....	12
2.2.1. Pengertian Harga	12
2.2.2. Fungsi	13
2.2.3. Tujuan	13
2.2.4. Jenis-jenis	14
2.3. Keputusan Pembelian	15
2.3.1. Pengertian.....	15
2.3.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	15
2.3.3. Tahap-tahap proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	16
2.3.4. Jenis-jenis perilaku Keputusan Pembelian.....	16
2.3.5. Tingkat pengembalian Keputusan	18
2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	19
2.4.1. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada shopee.....	19
2.4.2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada shopee.....	19
2.4.3. Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada shopee.	20
2.5. Kerangka Pemikiran	20
2.6. Penelitian Terdahulu	20
Bab III Metodologi Penelitian	25
3.1. Desain Penelitian	25
3.2. Tahapan Penelitian	26
3.3. Model Konseptual Penelitian	28
3.4. Operasional Variable	28
3.5. Waktu dan Tempat Penelitian	30
3.5.1. Waktu Penelitian	30
3.5.2. Tempat Penelitian	30

3.6. Metode Pengambilan Sampel	30
3.7. Metode Pengumpulan Data	31
3.8. Analisis Data	32
Bab IV Analisa dan Pembahasan	34
4.1. Profil PT.Shopee Internasional Indonesia	34
4.2. Hasil Statistik Deskriptif	38
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
4.3. Uji Penelitian Statistik	40
4.3.1. Uji Normalitas	40
4.3.2. Uji Multikolinearitas	40
4.3.3. Uji Heteroskedastisitas	41
4.3.4. Uji Linieritas	42
4.3.5. Uji Validitas	43
4.3.6. Uji Reliabilitas	45
4.3.7. Uji t (parsial)	45
4.3.8. Uji F (simultan)	47
4.3.9. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	47
4.4. Berdasarkan Hasil Penelitian	48
4.4.1. Promosi Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian... 48	
4.4.2. Harga Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian... 48	
4.4.3. Promosi dan Harga Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian... 49	
Bab V Penutup	50
5.1. Kesimpulan	50

5.2. Implikasi Manajerial	51
Daftar Pustaka	52
Lampiran	54



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Operasional Variabel	30
Tabel 3.2 Skala Likert	31
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 4.2 Usia Responden	39
Tabel 4.3 Uji Normalitas	40
Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas	41
Tabel 4.5 Uji Heteroskedastisitas	41
Tabel 4.6 Uji Linieritas	42
Tabel 4.7 Uji Validitas	45
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.9 Uji t	46
Tabel 4.10 Uji F	47
Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 E-commerce yang paling banyak digunakan	1
Gambar 1.2 Contoh Perbandingan Harga	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	20
Gambar 3.1 Tahap-tahap Penelitian Kuantitatif	26
Gambar 3.2 Model Konseptual Penelitian	28
Gambar 4.1 Logo Shopee	34
Gambar 4.2 Tampilan Menu Shopee	36
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Shopee.....	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	54
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	59
Lampiran 3 Olahan Data SPSS	70
Lampiran 4 Tabel-tabel Penelitian Yang Digunakan	82
Lampiran 5 Surat Izin	103
Lampiran 6 Uji Referensi	104
Lampiran 7 Similitary Check	107
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup	154

