

**PENGARUH PROMOSI, KEBERAGAMAN PRODUK DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DI APLIKASI TIKTOK SHOP
(STUDI KASUS PADA BEKASI UTARA)**

SKRIPSI

Oleh:

Adinda Beatrix Kakisina

201810325013



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

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Keberagaman Produk dan
Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen di Aplikasi Tiktok shop
(Studi Kasus pada Bekasi Utara)

Nama Mahasiswa : Adinda Beatrix Kakisina

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325013

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2022



Jakarta, 26 Juni 2022

MENYETUJUI

Pembimbing

Eri Bukhari, S.E., M.T

NIDN : 0309097005

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Keberagaman Produk dan
Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan
Pembelian di Aplikasi Tiktok Shop (Studi Kasus
pada Bekasi Utara)

Nama Mahasiswa : Adinda Beatrix Kakisina

Nomor Induk Mahasiswa : 201810325013

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2022

Jakarta, 15 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Muhammad Richo Rianto S.E., M.M
NIDN 0314118601

Penguji 1 : M. Fadhli Nursal S.E., M.M
NIDN 0325057908

Penguji 2 : Eri Bukhari S.E., M.T
NIDN 0309097005

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN 0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Istianingsih, S.E., M.S. Ak
NIDN 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh Promosi, Keberagaman Produk dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Aplikasi Tiktok Shop (Studi Kasus pada Bekasi Utara) 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 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 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, 15 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Adinda Beatrix Kakisina

201810325013

ABSTRAK

Adinda Beatrix Kakisina 201810325013 Pengaruh Promosi, Keberagaman Produk dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Tiktok shop (Studi Kasus pada Bekasi Utara).

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, keberagaman produk dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian pada masyarakat Bekasi Utara. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan metode analisis data yang digunakan adalah kuantitatif dan uji regresi linear berganda. Hasil dari analisis data yang dilakukan menunjukkan secara simultan bahwa variabel promosi, variabel keberagaman produk dan variabel kemudahan penggunaan memberikan pengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian yang berdasarkan pada nilai F hitung sebesar 93,118 dengan tingkat sig $0,000 < 0,05$ sehingga secara simultan variabel independen memberikan pengaruh terhadap variabel dependen.

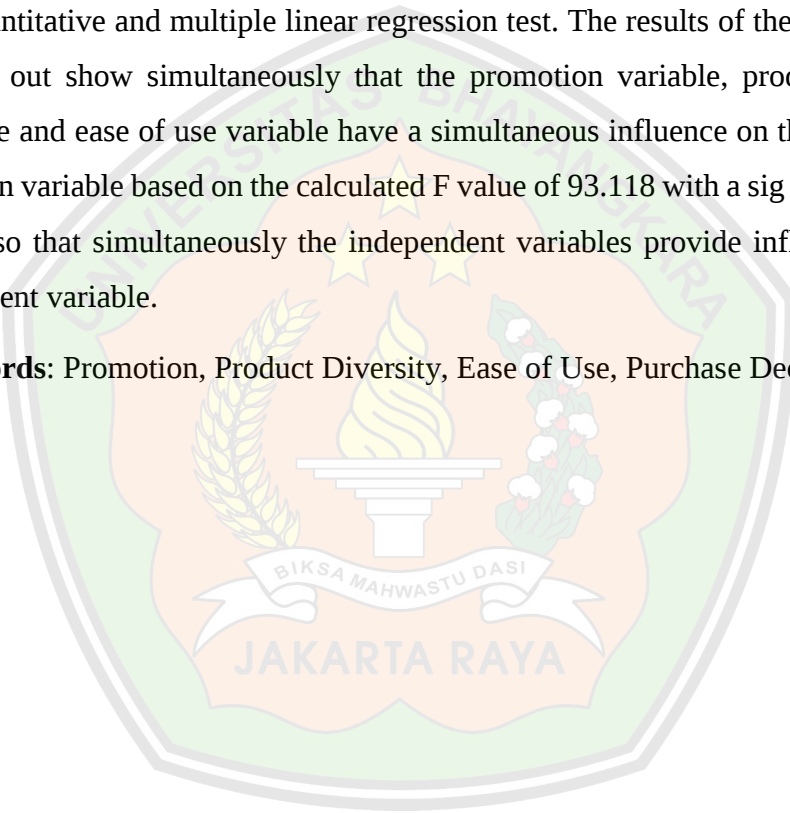
Kata Kunci : Promosi, Keberagaman Produk, Kemudahan Penggunaan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Adinda Beatrix Kakisina 201810325013 The Effect of Promotion, Product Diversity and Ease of Use on Consumer Purchase Decisions in the Tiktok shopApplication (Case Study in North Bekasi).

This research aims to determine the effect of promotion, product diversity and ease of use on purchasing decisions in the people of North Bekasi. Data collection techniques in this research using a questionnaire with data analysis methods used are quantitative and multiple linear regression test. The results of the data analysis carried out show simultaneously that the promotion variable, product diversity variable and ease of use variable have a simultaneous influence on the purchasing decision variable based on the calculated F value of 93.118 with a sig level of 0.000 < 0.05 so that simultaneously the independent variables provide influence on the dependent variable.

Keywords: Promotion, Product Diversity, Ease of Use, Purchase Decision.



KATA PENGANTAR

Tidak ada kata yang dapat diucapkan selain memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa sebab Rahmat dan Karunia-Nya yang tak pernah berhenti sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi, Keberagaman Produk dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Tiktok shop (Studi Kasus pada Bekasi Utara)”

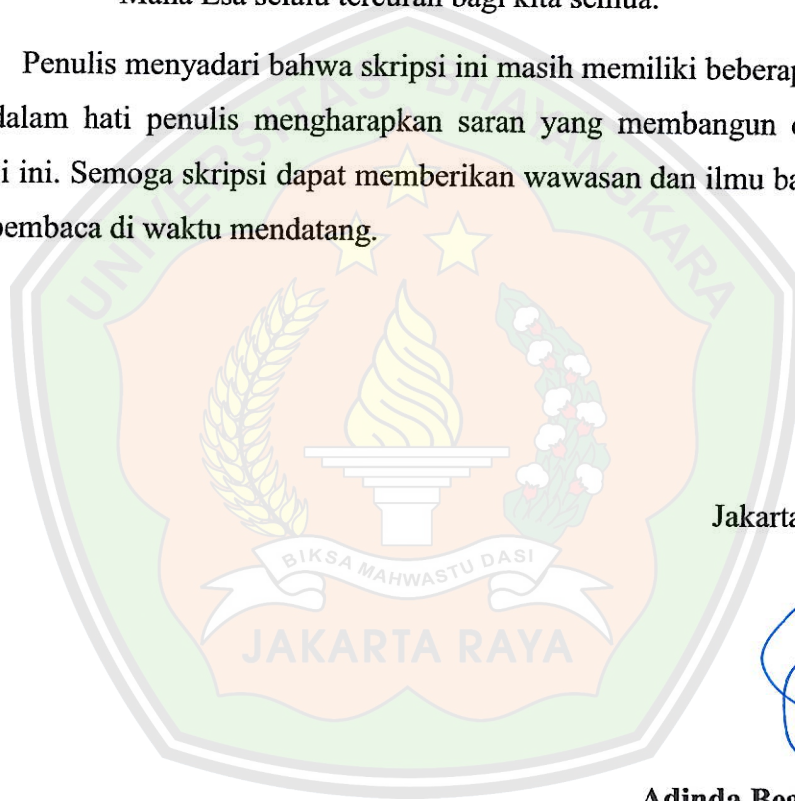
Tujuan disusunnya skripsi ini sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk meraih Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis sangat menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dengan kerendahan hati penulis memohon maaf untuk kekurangan yang ada.

Penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa ada bantuan dari berbagai pihak, penulis memohon kesempatan untuk memberikan ucapan terima kasih untuk semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan dalam mewujudkan skripsi ini, antara lain :

1. Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. DR. Zeinyta Azra Haroen, MM Selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Eri Bukhari, S.E.,MT Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan bagi penulis.
6. Segenap Dosen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmu pendidikan selama perkuliahan dan kepada seluruh staff yang membantu dalam segala administrasi selama proses penelitian.

7. Kedua orang tua saya, Bapak Capt. Ezau Daniel Kakisina dan Ibu Pnt. Moudyta Lalamenti untuk setiap doa dan dukungan. Terkasih 4 Saudari penulis, Claudia, Nikita, Girnisia dan Gabriella yang selalu memberikan dukungan serta motivasi kehidupan.
8. Sahabat terkedat saya Sachi Ilieva yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyusun skripsi.
9. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan, penulis mengucapkan terima kasih. Semoga berkat dari Tuhan Yang Maha Esa selalu tercurah bagi kita semua.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki beberapa kekurangan, dari dalam hati penulis mengharapkan saran yang membangun demi kebaikan skripsi ini. Semoga skripsi dapat memberikan wawasan dan ilmu bagi penulis dan para pembaca di waktu mendatang.



Jakarta, 24 Juni 2022

Penulis

Adinda Beatrix Kakisina

201810325013

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Permasalahan	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Masalah	8
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Keputusan Pembelian	10
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian	10

2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	11
2.1.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	12
2.1.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	14
2.2 Promosi.....	15
2.2.1 Definisi Promosi	15
2.2.2 Jenis-jenis Promosi	15
2.2.3 Indikator-indikator Promosi.....	16
2.2.4 Promosi di Tiktok	17
2.2.5 Faktor-faktor Pentingnya Promosi.....	17
2.3 Keberagaman Produk	18
2.3.1 Definisi Produk.....	18
2.3.2 Kualitas Produk.....	19
2.3.3 Keberagaman dan Bauran Produk	20
2.3.4 Indikator Keberagaman Produk.....	21
2.4 Kemudahan Penggunaan	22
2.4.1 Definisi Kemudahan Penggunaan.....	22
2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemudahan Penggunaan	23
2.4.3 Dimensi Kemudahan Penggunaan	24
2.4.4 Indikator Kemudahan Penggunaan.....	24
2.5 Penelitian terdahulu	25
2.6 Kerangka Berpikir	28
2.7 Hipotesis.....	28
2.7.1 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	29
2.7.2 Pengaruh Keberagaman Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.7.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian.....	30

2.7.4 Pengaruh Promosi, Keberagaman Produk dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Desain Penelitian	31
3.2 Tahapan Penelitian	31
3.3 Model Konseptual Penelitian	34
3.4 Operasional Variabel	35
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian	46
3.6 Metode Pengambilan Sampel.....	46
3.7 Metode Analisis Data	48
3.8 Uji Asumsi Klasik	48
3.8.1 Teknik Analisis Data	49
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Analisis Data	53
4.1.1 Deskripsi Responden.....	53
4.1.2 Uji Instrumen Data.....	55
4.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.1.4 Teknik Analisis Data	61
4.2 Pembahasan	65
BAB V PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3 1 Operasional Variabl dan Indikator	45
Tabel 3 2 Pernyataan Skala Likert	45
Tabel 4 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4 2 Data Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4 3 Data Responden Berdasarkan Berapa Kali Melakukan Transaksi dalam Sebulan.....	54
Tabel 4 4 Hasil Uji Validitas Keseluruhan Tabel	56
Tabel 4 5 Hasil Uji Reabilitas Keseluruhan Variabel	57
Tabel 4 6 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4 7 Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4 8 Hasil Analisis Regresi Berganda	61
Tabel 4 9 Hasil Uji t	62
Tabel 4 10 Hasil Uji F	64
Tabel 4 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Data Berapa Lama Media Sosial Raih 1 Milliar Pengguna	2
Gambar 1 2 Data Demografi Pengguna Tiktok Indonesia	4
Gambar 1 3 Data Demografi Pengguna Tiktok Indonesia	5
Gambar 2 1 Kerangka Berpikir	28
Gambar 3 1 Kerangka Konseptual	34
Gambar 4 1 Hasil Uji P-pl0t	58
Gambar 4 2 Hasil Uji Heterokedasititas	60



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER

LAMPIRAN 2 DAFTAR PERTANYAAN KUESIONER

LAMPIRAN 3 REKAPITULASI PROFIL RESPONDEN

LAMPIRAN 4 SKOR BUTIR KUESIONER

LAMPIRAN 5 HASIL UJI VALIDITAS

LAMPIRAN 6 HASIL UJI REABILITAS

LAMPIRAN 7 TABEL R

LAMPIRAN 8 TABEL F

LAMPIRAN 9 TABEL T

LAMPIRAN 10 UJI REFERENSI

LAMPIRAN 11 UJI PLAGIARISME

LAMPIRAN 12 BUKU BIMBINGAN

LAMPIRAN 13 DAFTAR RIWAYAT HIDUP

