

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH WAJIB PAJAK
ATAS LAYANAN ELEKTRONIK YANG DITAWARKAN
PAJAKKU.COM SELAKU *PARTNER*
DIREKTORAT JENDERAL PAJAK**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Ng In Fung

NIM : 43118320001

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ng In Fung

NIM : 43118320001

Program Studi : SI Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah benar karya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya pihak lain maka saya mencantumkan sumber sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan sebenarnya.

Jakarta, 10 Juni 2020



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ng In Fung

43118320001

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ng In Fung
NIM : 43118320001
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Keputusan Pembelian Oleh Wajib Pajak Atas
Layanan Elektronik Yang Ditawarkan Pajakku.com Selaku
Partner Direktorat Jenderal Pajak
Tanggal Lulus Ujian : 6 Agustus 2020

Disahkan Oleh:

Pembimbing,


Dra. Yanti Murni, MM
Tanggal: 13 agustus '20

Ketua Penguji,


Eri Marlapa, SE., MM
Tanggal: 13/08/2020

MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen


Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS
Tanggal:


Dr. Daru Asih, M.Si
Tanggal :

ABSTRAK

Keputusan Pembelian merupakan pembelian yang direncanakan atau tindakan yang berdasarkan kebutuhan perusahaan dalam mendapatkan benefit yang dapat dipertanggungjawabkan kepada manajemen perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan kemudahan penggunaan produk atau layanan aplikasi terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini digunakan metode survei. Populasinya adalah 100 Wajib Pajak yang telah menggunakan produk atau layanan aplikasi PT Mitra Pajakku (Pajakku.com). Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan menggunakan kuesioner. Metode yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil menunjukkan harga, promosi dan kemudahan penggunaan produk atau layanan aplikasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari hasil uji analisis linier berganda yang menunjukkan nilai signifikan dari variabel-variabel yang mendukung hipotesis. Oleh karena itu, hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari harga, promosi, kemudahan penggunaan produk atau layanan aplikasi Pajakku.com terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh Wajib Pajak pengguna Pajakku.com

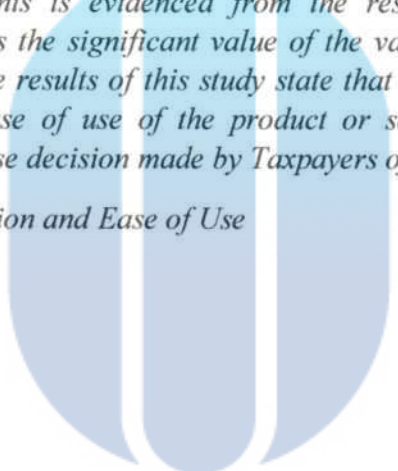
Kata Kunci: Harga, Promosi dan Kemudahan Penggunaan

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

ABSTRACT

Purchasing Decisions are planned purchases or actions based on the company's needs in obtaining benefits that can be accounted for by the company's management. This study aimed to determine the effect of price, promotion and ease of use of the product or service application to purchase decisions. In this study the survey method was used. The population is 100 taxpayers who have used the product or service application of PT Mitra Pajakku (Pajakku.com). Sampling using purposive sampling using a questionnaire. The method used is multiple regression analysis. The results show that price, promotion and ease of use of the product or service application partially have a positive and significant effect on purchasing decisions. This is evidenced from the results of multiple linear analysis test which shows the significant value of the variables that support the hypothesis. Therefore, the results of this study state that there is an influence on the price, promotion, ease of use of the product or service of thekuKku.com application to the purchase decision made by Taxpayers of Taxku.com

Keywords: Price, Promotion and Ease of Use



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas rahmat dan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga mampu menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **“Analisis Keputusan Pembelian Oleh Wajib Pajak Atas Layanan Elektronik Yang Ditawarkan Pajakku.com Selaku Partner Direktorat Jenderal Pajak”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Keberhasilan untuk penyusunan proposal skripsi ini tak lepas dari bimbingan, bantuan dari dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dra. Yanti Murni, MM. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, M.S. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Eri Marlapa, SE., MM selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana Kampus D Kranggan.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, terima kasih atas curahan ilmu yang Bapak dan Ibu berikan kepada peneliti.
6. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa, dukungan moral juga material yang tiada henti-hentinya kepada peneliti serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
7. Teman-teman di Universitas Mercu Buana yang telah memberikan dukungan, semangat dan doanya.
8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa proposal skripsi ini belum sempurna dan oleh sebab keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti, maka itu peneliti selalu berusaha memperbaiki diri dan mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Dan akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kekurangan dalam penulisan ini. Peneliti mengucapkan terima Kasih.

Jakarta, 27 November 2019

Ng In Fung

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Kontribusi Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA KERANGKA KONSEPTUAL DAN	8
PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	8
1. Manajemen Pemasaran.....	8
a. Definisi Manajemen Pemasaran.....	8
b. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	9
2. Keputusan Pembelian.....	15
a. Definisi Keputusan Pembelian.....	15
b. Indikator Keputusan Pembelian.....	16
c. Proses Keputusan Pembelian.....	17
3. Harga.....	18
a. Definisi Harga.....	18

b. Indikator Harga.....	19
c. Proses dan Tahapan Penentuan Harga.....	20
4. Promosi.....	22
a. Definisi Promosi.....	22
b. Indikator Promosi.....	23
c. Proses dan Tahapan Promosi.....	26
5. Kemudahan Penggunaan.....	28
a. Definisi Kemudahan Penggunaan.....	28
b. Indikator Kemudahan Penggunaan.....	29
c. Proses dan Tahapan Kemudahan Penggunaan.....	29
6. Penelitian Terdahulu.....	30
B. Rerangka Konseptual.....	34
C. Pengembangan Hipotesis.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	37
B. Desain Penelitian.....	37
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	37
1. Definisi Variabel.....	37
2. Operasionalisasi Variabel.....	38
D. Pengukuran Variabel.....	40
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
1. Populasi Penelitian.....	41
2. Sampel Penelitian.....	41
F. Teknik Pengumpulan Data.....	42
G. Metode Analisis Data.....	43
1. Statistik Deskriptif.....	43
2. Uji Kualitas Data.....	44
a. Uji Validitas.....	44
b. Uji Reliabilitas.....	45
3. Uji Asumsi Klasik.....	46
a. Uji Normalitas.....	46

	b. Uji Multikolonieritas.....	48
	c. Uji Heteroskedastisitas.....	49
	d. Uji Linearitas.....	50
	4. Uji Regresi Linear Berganda.....	51
	5. Uji Kesesuaian Model.....	52
	a. Uji Koefisien Determinasi.....	52
	b. Uji Signifikansi Simultan (Uji FANOVA).....	53
	6. Uji Hipotesis.....	54
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	55
	A. Analisis Deskriptif	56
	1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	56
	2. Karakteristik Profil Responden	59
	B. Deskriptif Variabel	63
	1. Uji Statistik Deskriptif	63
	C. Hasil Uji Instrumen	67
	1. Hasil Uji Validitas	67
	2. Hasil Uji Reliabilitas	70
	D. Hasil Uji Asumsi Klasik	71
	1. Hasil Uji Normalitas	71
	2. Hasil Uji Multikolonieritas	72
	3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
	4. Hasil Uji Linearitas	73
	E. Hasil Uji Kesesuaian Model	74
	1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	74
	2. Hasil Uji F ANOVA	75
	F. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	76
	G. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	77
	H. Pembahasan Hasil Penelitian	78
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	80
	A. Kesimpulan	80
	B. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	87



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Tabel Data Destination Statement Direktorat Jenderal Pajak.....	3
1.2 Tabel Pra Survei Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	5
2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	30
3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel.....	39
3.2 Tabel Skala Pengukuran.....	40
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	61
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Persusahaan.....	62
4.5 Kriteria Interpretasi Skor.....	63
4.6 Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	64
4.7 Uji Deskriptif Variabel Harga.....	65
4.8 Uji Deskriptif Variabel Promosi.....	66
4.9 Uji Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan.....	67
4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	68
4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	68
4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	69
4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan.....	69
4.14 Hasil Uji Reliabilitas.....	70
4.15 Hasil Uji Normalitas.....	71
4.16 Hasil Uji Multikolonieritas.....	72
4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	73
4.18 Hasil Uji Linearitas.....	73
4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	74
4.20 Hasil Uji F Anova.....	75
4.21 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	76
4.22 Hasil Uji Hipotesis.....	77

DAFTAR GAMBAR

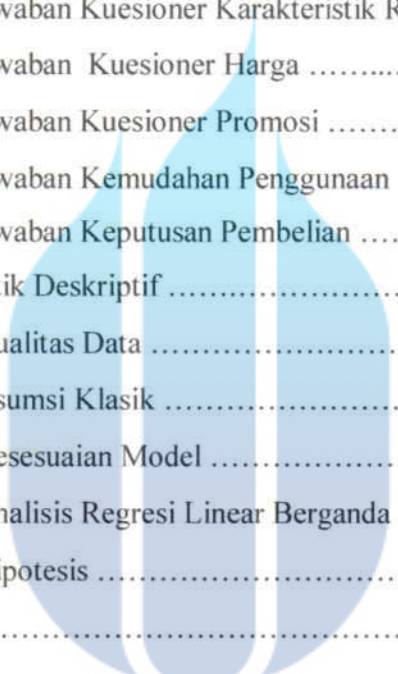
Gambar	Halaman
2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	18
2.2 Kerangka Konseptual	35
4.1 Grafik Normal Probability Plot.....	72



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
1	Hasil Pra Survey	87
2	Kuesioner Penelitian	89
3	Tabulasi Jawaban Kuesioner Karakteristik Responden	95
4	Tabulasi Jawaban Kuesioner Harga	99
5	Tabulasi Jawaban Kuesioner Promosi	103
6	Tabulasi Jawaban Kemudahan Penggunaan	105
7	Tabulasi Jawaban Keputusan Pembelian	109
8	Hasil Statistik Deskriptif	113
9	Hasil Uji Kualitas Data	116
10	Hasil Uji Asumsi Klasik	121
11	Hasil Uji Kesesuaian Model	124
12	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	125
13	Hasil Uji Hipotesis	125
14	r Tabel	126
15	F Tabel	127
16	t Tabel	128



 UNIVERSITAS

 MERCU BUANA