

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE

**(Studi pada Pengguna Shopee Di Kementerian Pendayagunaan Aparatur
Negara Dan Birokrasi Reformasi)**

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



Nama : Sekarayu Ratnaningtyas

Nim : 43116320059

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2020

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE

**(Studi pada Pengguna Shopee Di Kementerian Pendayagunaan Aparatur
Negara Dan Birokrasi Reformasi)**

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



Nama : Sekarayu Ratnaningtyas

Nim : 43116320059

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sekarayu Ratnaningtyas

Nim : 43116320059

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

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

Jakarta, 7 Desember 2019



Sekarayu Ratnaningtyas

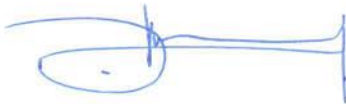
NIM : 43116320059

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sekarayu Ratnaningtyas
NIM : 43116320059
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada Pengguna Shopee Di Kantor Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi)
Tanggal Lulus Ujian : 29 Januari 2020

Disahkan Oleh:

Pembimbing,



Dra. Yanti Murni, MM.
Tanggal:

Ketua Penguji,



Dr. Parwoto, ST., MM.
Tanggal:

Dekan,



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

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,



Dr. Daru Asih, M.Si.
Tanggal:

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen. Objeknya adalah pengguna Shopee pada Kantor Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Birokrasi Reformasi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksploratif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrumen penelitian berupa kuesioner dengan *non-probability sampling* dengan metode accidental sampling, terdapat 90 total sampel yang merupakan pengguna Shopee pada Kantor Kementerian Aparatur Negara dan Birokrasi Reformasi. Data dikumpulkan melalui kuesioner. Analisis deskriptif dan analisis jalur digunakan sebagai teknik analisis data. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian online pengguna Shopee pada Kantor Kementerian Aparatur Negara dan Birokrasi Reformasi.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian Konsumen.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aimed to analyze the influence of price, product quality, and promotion on consumer purchase decision. The Object is consumers of Shopee at Ministry of Administrative and Bureaucratic Reform. Research type used is exploratory research with approach quantitative descriptive. The Methods of data collection using survey method, with the research instrument is a questionnaire by non-probability sampling with accidental sampling method, there are 90 total samples who are consumers of Shopee at Ministry of Administrative and Bureaucratic Reform. The data are collected through questionnaire. Descriptive analysis and path analysis are used as data analysis techniques. The data analysis method used is multiple linier regression analysis. The result of hypothesis test showed that price has a positive significant effet on purchasing decisions, product quality has a positive significant effet on purchasing decisions, promotion has a positive significant effet on online purchasing decisions consumers of Shopee at Ministry of Administrative and Bureaucratic Reform.

Key Words: Price, Product Quality, Promotion, Consumer Purchase Decision.



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan semua rahmat, dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul "Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Birokrasi Reformasi)". Skripsi yang ada dalam mata kuliah wajib yaitu Tugas Akhir sebagai tahap memperoleh gelar Sarjana sesuai dengan kurikulum Jurusan Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta yang memiliki tujuan untuk mahasiswa mendapatkan pengetahuan dalam penelitian dan studi kasus yang tidak diperoleh di bangku kuliah serta membantu mahasiswa dalam mengaplikasikan semua materi kuliah secara nyata.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi penelitian ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dra. Yanti Murni, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Selain itu peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA. 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 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Kampus D Kranggan.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.

6. Kedua orang tua dan adik tercinta yang selalu memberikan doa, motivasi, serta memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi dan semua dukungan baik moril maupun materil.
7. Seluruh teman-teman mahasiswa Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta dan karyawan Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Birokrasi Reformasi.
8. Sahabat-sahabat dan semua pihak yang telah membantu dalam penulisan penelitian ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi penelitian ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 7 Desember 2019

Sekarayu Ratnaningtyas

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

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.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	8
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian	9
2. Kontribusi Penelitian	9
a. Kontribusi Akademik.....	9
b. Kontribusi Praktik.....	10
 BAB II KAJIAN TEORI, RERANGKA KONSEPTUAL	
DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teoritis	11
1. Manajemen Pemasaran	11
a. Definisi Pemasaran.....	11
b. Definisi Manajemen Pemasaran	12
c. Bauran Pemasaran	13
2. Keputusan Pembelian.....	14
a. Definisi keputusan Pembelian	14
b. Dimensi Keputusan Pembelian.....	16
c. Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian	17

3. Harga.....	19
a. Definisi Harga	19
b. Dimensi Harga.....	20
c. Aspek Harga	21
4. Kualitas Produk.....	22
a. Definisi Kualitas Produk	22
b. Dimensi Kualitas Produk.....	23
5. Promosi	24
a. Definisi Promosi.....	24
b. Dimensi Promosi	25
c. Bauran Promosi.....	27
6. Penelitian Terdahulu	29
B. Rerangka Konseptual	35
C. Pengembangan Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	39
1. Waktu Penelitian	39
2. Tempat Penelitian	39
B. Desain Penelitian.....	39
C. Definisi dan Operasional Variabel	40
1. Definisi Variabel	40
a. Variabel Independen.....	40
b. Variabel Dependen.....	40
2. Operasional Variabel.....	41
D. Skala Pengukuran Variabel	42
E. Populasi dan Sampel Penelitian	42
1. Populasi Penelitian.....	42
2. Sampel Penelitian.....	43
F. Teknik Pengumpulan Data	44
G. Metode Analisis.....	44
1. Statistik Deskriptif	44

2. Uji Kualitas Data.....	45
a. Uji Validitas.....	45
b. Uji Reliabilitas.....	46
3. Uji Asumsi Klasik.....	47
a. Uji Normalitas.....	47
b. Uji Linieritas.....	47
c. Uji Multikolinearitas.....	48
d. Uji Heteroskedastisitas.....	49
4. Uji Kesesuaian Model.....	50
a. Koefisien Determinasi (R^2).....	50
b. Uji F (Anova).....	50
5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
6. Uji Hipotesis.....	52

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif.....	54
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	54
2. Deskripsi Responden.....	55
3. Hasil Uji Deskriptif.....	59
B. Uji Instrumen.....	61
1. Hasil Uji Validitas.....	61
2. Hasil Uji Reabilitas.....	63
C. Uji Asumsi Klasik.....	64
1. Hasil Uji Normalitas.....	64
2. Hasil Uji Linieritas.....	66
3. Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
4. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	68
D. Hasil Uji Kesesuaian Model.....	68
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	68
2. Hasil Uji Signifikansi Anova-F (Anova).....	69
E. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
F. Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	71

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Jumlah Pengguna Internet di Dunia 2014 – 2018	1
1.2 Nilai Transaksi E-Commerce Di Indonesia 2015 – 2018.....	4
1.3 Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia 2017 – 2018.....	5
1.4 Hasil Pra Survey	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
3.1 Operasional Variabel.....	41
3.2 Instrumen Skala Likert.....	42
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.3 Responden Berdasarkan Pendapatan Per-Bulan.....	57
4.4 Responden Berdasarkan Intensitas Berbelanja <i>Online</i>	58
4.5 Responden Berdasarkan Produk Yang Biasa Dibeli <i>Online</i>	59
4.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	60
4.7 Hasil Uji Validitas Harga (X_1)	61
4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_2)	62
4.9 Hasil Uji Validitas Promosi (X_3).....	62
4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	63
4.11 Hasil Uji Reliabilitas	63
4.12 Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorov Smirnov	65
4.13 Hasil Uji Linieritas Harga (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	66
4.14 Hasil Uji Linieritas Kualitas Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	66
4.15 Hasil Uji Linieritas Promosi (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	67
4.16 Hasil Uji Multikolonieritas.....	67
4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	69
4.18 Hasil Uji F (Anova).....	69

4.19 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	70
4.20 Hasil Uji Hipotesis (Uji T)	72



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

DAFTAR GAMBAR

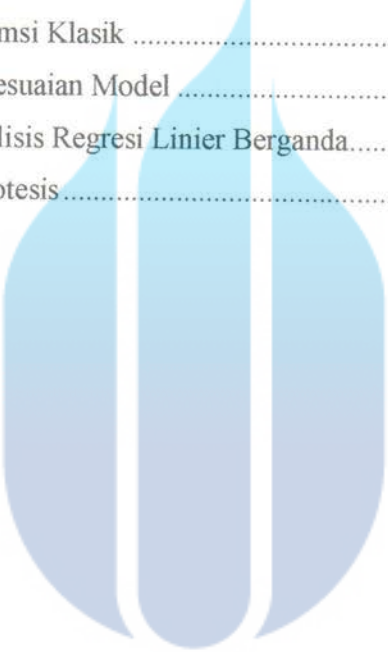
Gambar	Halaman
2.1 Rerangka Konseptual.....	35
4.1 Hasil Uji Normalitas Dengan P-P Plot	64
4.2 Hasil Uji Normalitas Dengan Histogram.....	65
4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68



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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
1	Kuisoner Penelitian	82
2	Hasil Kuisoner Karakteristik Responden.....	86
3	Hasil Statistik Deskriptif.....	87
4	Hasil Uji Validitas.....	98
5	Hasil Uji Reliabilitas Semua Variabel	99
6	Hasil Uji Asumsi Klasik	100
7	Hasil Uji Kesesuaian Model	102
8	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	102
9	Hasil Uji Hipotesis.....	103



UNIVERSITAS
MERCU BUANA