

**PENGARUH PROMOSI, *BRAND IMAGE*, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
TOKO ONLINE SHOPEE**

SKRIPSI



Nama : Resti Astria
NIM : 43119310053

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

**PENGARUH PROMOSI, *BRAND IMAGE*, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
TOKO ONLINE SHOPEE**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Mercu Buana Bekasi



Nama : Resti Astria

NIM : 43119310053

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA BEKASI

2021

Please Scan
QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Resti Astria
NIM : 43119310053
Program Studi : 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.

Bekasi, 11 Februari 2022



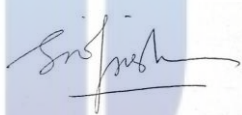
Resti Astria
43119310053

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Resti Astria
NIM : 43119310053
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Shopee
Tanggal Sidang : 11 Februari 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Sari Puspitarini, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 02220926



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini dengan judul **Pengaruh Promosi, *Brand Image*, dan Harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Online Shopee**. Proposal Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Proposal Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dalam dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak terutama kepada Ibu Sari Puspitarini, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, M.S selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih. S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
4. Dr. H. Nur Aisyah F. Pulungan, SE., M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Bekasi
5. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uniuersitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Kedua Orang Tua dan Suami yang telah memberikan dukungan selama ini
7. Seluruh Staff dan Customer PT. Shopee International Indonesia yang telah

bersedia membantu dan menjadi responden pada penelitian ini

8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB

Penulis menyadari sebagai manusia biasa bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Maka dari itu, dengan ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam Proposal Skripsi ini. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Bekasi, Februari 2022



Resti Astria



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

COVER.....	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Kontribusi Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Pustaka.....	13
a) Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
b) Keputusan Pembelian	13
B. Promosi	20
a) Pengertian Promosi.....	20
b) Tujuan Promosi	21
c) Bauran Promosi	22
C. Konsep Brand Image	24
a) Pengertian <i>Brand Image</i>	24
b) Faktor- faktor yang mempengaruhi <i>Brand Image</i>	24
D. Konsep Harga	27

a) Definisi Harga	27
b) Tujuan Penetapan Harga.....	27
E. Peneliti Terdahulu.....	28
F. Rerangka Konseptual.....	30
G. Pengembangan Hipotesis dan Hubungan Antar Variabel.....	31
H. Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Waktu dan Tempat Penelitian	36
B. Desain Penelitian	36
C. Definisi dan Operasional Variabel	37
a) Definisi Variabel.....	37
b) Definisi Operasionalisasi Variabel	37
D. Skala Pengukuran	39
E. Populasi dan Sampel Penelitian	40
a) Populasi.....	40
b) Sampel	41
F. Teknik Pengumpulan Data.....	42
G. Metode Analisis Data.....	42
1) Uji Statistik Deskriptif.....	43
2) Uji Kualitas Data.....	43
(c) Uji Asumsi Klasik	45
(d) Uji Hipotesis	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
A Analisis Deskriptif.....	51
B Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	55
C Uji Validitas dan Reliabilitas	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
A. KESIMPULAN	73
B. SARAN	74
DAFTAR PUSTAKA	77
DAFTAR LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

TABEL	JUDUL	HALAMAN
1.1	Nilai Transaksi E-Commerce di Indonesia	2
1.2	Pengunjung Web Bulanan (Kuartal I-2020)	3
1.3	Hasil pra survey variabel promosi	7
1.4	Hasil pra survey variabel <i>brand image</i>	7
1.5	Hasil pra survey variabel harga	8
2.1	Jurnal Penelitian terdahulu	28
3.1	Operasionalisasi variabel	36
3.2	Pengukuran Skala Likert	38
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	51
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	52
4.6	Kriteria Interpretasi Skor	53
4.7	Hasil Uji Statistik Variabel Promosi	53
4.8	Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	54
4.9	Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Harga	55
4.10	Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	55
4.11	Hasil Analisis Responden Mengenai Variabel Promosi	56
4.12	Hasil Analisis Responden Mengenai Variabel <i>Brand Image</i>	57
4.13	Hasil Analisis Responden Mengenai Variabel Harga	57
4.14	Hasil Analisis Responden Mengenai Keputusan Pembelian	58
4.15	Hasil Uji Normalitas	59
4.16	Hasil Uji Multikolinieritas	59
4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi	60
4.18	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	61
4.19	Hasil Uji F Simultan	62
4.20	Hasil Uji Hipotesis Partial (Uji T)	63

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	JUDUL	HALAMAN
2.1	Rerangka Konseptual	30
4.1	Hasil Uji Heterokedastisitas	60



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

TABEL	JUDUL	HALAMAN
	Lampiran 1 : Kuisisioner	79
	Lampiran 2 : Hasil Kuisisioner	81



UNIVERSITAS
MERCU BUANA