

**“PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN, PROMOSI DAN
HARGA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF”
(Studi Pada Marketplace Shopee Di Era Pandemi Covid-19 di DKI
Jakarta)**

SKRIPSI

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



Nama : Pipit Ayu Andriyani

NIM : 43118110168

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI**

Nama : Pipit Ayu Andriyani
NIM : 43118110168
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (Studi Pada MarketplaceShopee Di Era Pandemi Covid-19 di DKI Jakarta)
Tanggal Sidang : 11 Mei 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Zulfitri, MP., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 05232450



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pipit Ayu Andriyani

NIM : 43118110168

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).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 09 Juni 2023



Pipit Ayu Andriyani

NIM. 43118110168

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keputusan pembelian, promosi dan harga terhadap perilaku konsumtif (Studi Pada Marketplace Shopee di Era Pandemi Covid-19 di DKI Jakarta) di tahun 2021. Populasi penelitian ini adalah 180 pengguna marketplace Shopee di DKI Jakarta dengan ukuran sampel sebanyak 175 responden yang dihitung berdasarkan rumus (Hair Et Al). Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan analisis purpose sampling. Metode penelitian ini menggunakan perangkat lunak SPSS21. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan harga tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Kata kunci: keputusan pembelian, Harga, Promosi, Perilaku konsumtif



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of purchasing decisions, promotions and prices on consumptive behavior (Studies on the Shopee Marketplace in the Covid-19 Pandemic Era in DKI Jakarta) in 2021. The population of this study is 180 Shopee marketplace users in DKI Jakarta with a sample size of 175 respondents calculated based on the formula (Hair et al). The data collection technique was carried out using a questionnaire and purpose sampling analysis. This research method uses SPSS21 software. The results of this study prove that purchasing decisions have a positive and significant effect on consumptive behavior, promotions have a positive and significant effect on consumptive behavior, and prices have no effect on consumptive behavior.

Keywords *purchasing decisions;, Price, Promotion, consumptive behavior*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (Studi Pada Marketplace Shopee Di Era Pandemi Covid-19 di DKI Jakarta)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. Zulfitri, MS, MM, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat- nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, penulis ingin berterima kasih pada pihak yang telah membantu dalam penyusunan ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Dudi Permana, Ph.D Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Abdul Gani, S.E., M.M. Selaku dosen ketua penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.

5. Dr. Sri Hartono, M.M. Selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen di program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan seluruh ilmu yang dimiliki untuk diberikan kepada kami;
7. Teristimewa Kedua orang tua saya tercinta serta keluarga dan sahabat Jojoba yang telah memberikan semangat dukungan, dan do"aa yang tulus kepada penulis.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, Penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan laporan skripsi ini. Akhir kata, Semoga laporan skripsi bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 04 Januari 2023



Pipit Ayu Andriyani

NIM. 43118110168

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	17
1.3. Tujuan Penelitian	18
1.4. Kontribusi Penelitian	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	20
2.1. Perilaku Konsumtif.....	20
2.2. E-Commerce	23
2.3. Keputusan Pembelian	25
2.4. Harga.....	28
2.5. Promosi	31
2.6. Penelitian Terdahulu	35
2.7. Pengembangan Hipotesis	37
2.8. Kerangka Pemikiran	39
2.9. Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian.....	43
3.2. Desain Penelitian	43

3.3.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	44
	Definisi Variabel	44
	Operasionalisasi Variabel.....	45
3.4.	Skala Pengukuran	48
3.5.	Populasi dan Sampel Penelitian	49
	1. Populasi Penelitian.....	49
	2. Sampel Penelitian	50
3.6.	Metode Pengumpulan Data.....	50
3.7.	Metode Analisa Data	52
3.8.	Langkah-langkah pengujian Analisis SPSS.....	52
	Langkah 1: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	52
	Langkah 2 : Uji Asumsi Klasik	53
	Langkah 3 : Uji Analisa Regresi dan Kolerasi	55
	Langkah 4 : Uji Hipotesis.....	56
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	59
4.2.	Analisis Deskriptif	60
	Karakteristik Responden	62
	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
	Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah.....	62
	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	63
	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	64
4.3.	Hasil Uji Deskriptif.....	65
	1. Hasil Uji Deskriptif Variabel Perilaku Konsumtif	66
	2. Hasil Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	67
	3. Hasil Uji Deskriptif Variabel Promosi.....	70
	4. Hasil Uji Deskriptif Variabel Harga	70
4.4.	Hasil Uji Kualitas Data	71
	1. Hasil Uji Validitas	71

2.	Hasil Uji Reliabilitas.....	73
4.5.	Hasil Uji Asumsi Klasik	74
1.	Hasil Uji Normalitas	74
2.	Hasil Uji Multikolonieritas	75
3.	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	76
4.6.	Pengujian Hipotesis	77
1.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R_2)	77
2.	Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	77
4.7.	Hasil Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t).....	79
4.8.	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	81
4.9.	Pembahasan	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		85
5.1.	Simpulan	85
5.2.	Saran	86
DAFTAR PUSTAKA		88
DAFTAR LAMPIRAN		91



DAFTAR TABEL

TABEL	JUDUL	HALAMAN
1.1	Reaserch GAP signifikan	14
1.2	Research GAP tidak signifikan	14
1.3	Prasurvey	15
2.1	Penelitian terdahulu	35
3.1	Operasionalisasi Variabel	46
3.2	Skala Likert	48
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah	62
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja	63
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	64
4.7	Pedoman Kategorisasi Rata-Rata Skor Penilaian Responden	65
4.8	Hasil Uji Deskriptif Variabel Perilaku Konsumtif	66
4.9	Hasil Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	67
4.10	Hasil Uji Deskriptif Variabel Promosi	69
4.11	Hasil Uji Deskriptif Variabel Harga	70
4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif	71
4.13	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	72
4.14	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	72
4.15	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	73
4.16	Hasil Uji Reliabilitas	73
4.17	Hasil Uji Normalitas	74
4.18	Hasil Uji Multikolonieritas	75
4.19	Hasil Uji Glejser	76

4.20	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R_2)	77
4.21	Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)	78
4.22	Hasil Uji Statistik (Uji t)	80
4.23	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	81



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	JUDUL	HALAMAN
1.1	Pertumbuhan Ekonomi Indonesia(Yoy) Periode 2018-2021	2
1.2	Data Pengunjung E-Commerce Di Indonesia Pada Kuartal I 2021	4
1.3	Data Transaksi Melalui E-Commerce	5
1.4	Data Pengeluaran Perkapita Perbulan 2010-2019	6
1.5	Data Pengeluaran Perkapita Perbulan Kuartal I Tahun 2020	7
1.6	Pertumbuhan Ekonomi Dki Jakarta 2021	8
1.7	Data Pembelian Produk Di Shopee Tahun 2021	9
1.8	Data Pembelian Implusif Produk Di Shopee Tahun 2021	10
1.9	Data Pengaruh Promosi Terhadap Perilaku Konsumtif Di Shopee Tahun 2021	12
1.10	Data Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Pembelian Produk Di Shopee Tahun 2021	13
2.1	Model Rerangka Konseptual Penelitian	41

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

GAMBAR	JUDUL	HALAMAN
Lampiran 1	Kuesioner	91
Lampiran 2	Hasil Kuesioner	97
Lampiran 3	Hasil Penelitian	114

