

**ANALISIS PENGARUH INFORMASI PRODUK, HARGA, DAN
DISKON TERHADAP KEGUNAAN PENGGUNA
DALAM UPAYA MENDORONG MINAT BELI *ONLINE*
DI TRAVELOKA.COM**

SKRIPSI



Nama : Hijri Chairani

NIM : 43116120289

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

**ANALISIS PENGARUH INFORMASI PRODUK, HARGA, DAN
DISKON TERHADAP KEGUNAAN PENGGUNA
DALAM UPAYA MENDORONG MINAT BELI *ONLINE*
DI TRAVELOKA.COM**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana



Nama : Hijri Chairani

NIM : 43116120289

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hijri Chairani

NIM : 43116120289

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.

UNIVERSI
MERCU BUANA



Jakarta,

Hijri Chairani

43116120289

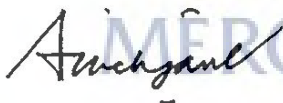
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Hijri Chairani
NIM : 43116120289
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Informasi Produk, Harga, dan Diskon terhadap Kegunaan Pengguna dalam Upaya Mendorong Minat Beli *Online* di Traveloka.com
Tanggal Lulus Ujian : 16 Desember 2020

Disahkan oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji,



**Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM., IPU.,
CMA., MSS**

Dr. Rina Astini SE, MM
Tanggal :

Tanggal :

Dekan,

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,



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

Dr. Daru Asih., Msi
Tanggal :

Tanggal :

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the relationship between product variables, prices and discounts on user usability in an effort to encourage online buying interest at Traveloka.com. The object of this research is consumers who have bought tickets on the Traveloka.com website as a media tool in ordering hotel, flight, and entertainment tickets. The sampling technique used purposive sampling technique with a sample of 90 respondents. The data analysis technique used in this research is descriptive analysis, validity analysis, reliability analysis, multiple linear regression analysis and the coefficient of determination (R²) with the application of SPSS 20.0 analysis. The results showed that there has no positive and no significant influence on the product variable and the discount variable, while the price variable had a no positive and significant effect on the usability of users in an effort to encourage online buying interest at Traveloka.com.

Keywords: *Products, Prices, Discounts, Purchase Interest*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis hubungan antar variabel produk, harga dan diskon terhadap kegunaan pengguna dalam upaya mendorong minat beli *online* di Traveloka.com. Objek penelitian ini merupakan konsumen yang pernah membeli tiket pada *website* Traveloka.com sebagai alat media dalam memesan tiket hotel, pesawat, dan hiburan. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan sample sebanyak 90 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis validitas, analisis reliabilitas, analisis regresi linear berganda dan koefisien determinasi (R^2) dengan aplikasi analisis SPSS 20.0. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh negatif dan tidak signifikan pada variabel produk, dan variabel diskon, sedangkan pada variabel harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kegunaan pengguna dalam upaya mendorong minat beli *online* di Traveloka.com.

Kata kunci : Produk, Harga, Diskon, Minat Beli

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah YME atas kasih karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Informasi Produk, Harga, dan Diskon terhadap Kegunaan Pengguna dalam Upaya Mendorong Minat Beli *Online* di Traveloka.com”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM., IPU., CMA., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan semangat, waktu, bimbingan, pengetahuan, dan nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Daru Asih., Msi., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Para dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
5. Seluruh staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

6. Teristimewa, kedua orang tua tersayang dan tercinta memberikan doa, semangat dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Tersayang, Tata, Kak Lilis, Mitta yang selalu mendukung, memberikan kritik dan saran dalam penyelesaian skripsi ini. Dan juga kak lina, yensi, Reni dan Elna yang saling mendukung dan menguatkan satu sama lain.
8. Tersayang, teman-teman kantor saya Iis dan mba Vega. Yang selalu mendukung dan mendoakan saya agar cepat selesai perkuliahan saya ini.
9. Seluruh keluarga, sahabat, teman yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta,
Jakarta



Hijri Chairani

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
<i>ABSTRACT</i>.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	17
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	17
BAB II.....	19
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	19
A. KAJIAN PUSTAKA.....	19
B. Hipotesis.....	32
C. Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III.....	37
METODELOGI PENELITIAN.....	37
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	37
1. Waktu Penelitian.....	37
2. Tempat Penelitian.....	37

B. Desain Penelitian.....	37
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	38
D. Pengukuran Variabel.....	40
E. Populasi dan Sampel.....	41
F. Teknik Pengumpulan Data.....	42
G. Metode Analisis.....	43
1. Uji Validitas.....	43
2. Uji Reliabilitas.....	44
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
a. Uji Asumsi Klasik.....	45
b. Persamaan Regresi Linier Berganda.....	46
c. Uji Ketepatan Model Regresi.....	47
d. Koefisien Regulasi.....	48
BAB IV.....	50
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Gambaran Umum Obyek Peneitian.....	50
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	50
2. Sejarah Singkat Perusahaan.....	50
B. Analisis Deskriptif.....	51
a) Karakteristik Responden.....	51
b) Deskriptif Jawaban Responden.....	53
C. Hasil Uji Analisis Data.....	58
a) Uji Validitas.....	58
b) Uji Reliabilitas.....	61
c) Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
BAB V.....	76
KESIMPULAN DAN SARAN.....	76

A. KESIMPULAN.....	76
B. SARAN.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	81
Lampiran 1. Pra Survei Penelitian.....	81
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian.....	82



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peningkatan Pengguna Internet Terbanyak.....	3
Tabel 1.2. Peringkat <i>Online</i> Travel Agent Terbaik di Indonesia.....	8
Tabel 1.3. Jumlah pengunjung situs Travel Agent di Indonesia (2014).....	12
Tabel 1.4. Data Hasil Pra Survei Penulis 2018.....	13
Tabel 2.1. Perbedaan Produk Jasa dan Produk Barang.....	20
Tabel 3.1. Operasional Variabel Informasi Produk.....	38
Tabel 3.2. Operasional Variabel Harga.....	39
Tabel 3.3. Operasional Variabel Diskon.....	39
Tabel 3.4 Operasional Variabel Minat Beli.....	40
Tabel 3.5 Instrumen Skala Likert.....	41
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	51
Tabel 4.2 Usia Responden.....	52
Tabel 4.3 Pendapatan Responden.....	53
Tabel 4.4 Uji Deskriptif Jawaban Kuisisioner Berdasarkan Variabel.....	54
Informasi Produk.....	54
Tabel 4.5 Uji Deskriptif Jawaban Kuisisioner Berdasarkan Variabel.....	55
Harga.....	55
Tabel 4.6 Uji Deskriptif Jawaban Kuisisioner Berdasarkan Variabel.....	56
Diskon.....	56
Tabel 4.7 Uji Deskriptif Jawaban Kuisisioner Berdasarkan Variabel.....	57
Minat Beli.....	57
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Informasi Produk.....	59
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Harga.....	59
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Diskon.....	60
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	61
Tabel 4.12 Nilai Alpha Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Variabel Informasi Produk.....	62

Tabel 4.14. Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	63
Tabel 4.15. Uji Reliabilitas Variabel Diskon.....	63
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli.....	64
Tabel 4.17 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnof.....	67
Antara Informasi Produk (X1), Harga (X2), Diskon (X3) pada Minat Beli (Y).....	67
Tabel 4.18 Uji Multikolinearitas.....	68
Antara Informasi Produk (X1), Harga (X2), Diskon (X3) pada Minat Beli (Y).....	68
Tabel 4.19 Uji Heteroskedastisitas.....	69
Antara Informasi Produk (X1), Harga (X2), Diskon (X3) pada Minat Beli (Y).....	69
Tabel 4.20 Uji Koefisien Determinasi (R²).....	70
Tabel 4.21 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	71
Tabel 4.22 Uji T Parsial.....	72
Tabel 4.23 Hasil Hipotesis Uji Penelitian.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	4
Gambar 1.2 Nilai Pasar <i>E-Travel</i> di Indonesia 2016-2022.....	5
Gambar 1.3 Index kunjungan wisatawan asing 2017.....	7
Gambar 1.4 Logo Traveloka.....	10
Gambar 1.5 <i>Homepage</i> awal <i>website</i> Traveloka.....	11
Gambar 1.6 Kerangka Pemikiran.....	35

