

**ANALISIS PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
MELALUI MEDIA ONLINE LAZADA INDONESIA**

(Studi Kasus Pada Wilayah Daan Mogot, Jakarta Barat)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi

Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Ovyemega Panca Wardhani

NIM : 43111010158

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bahwa ini :

Nama : Ovyemega Panca Wardhani

NIM : 43111010158

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri, apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencatumkan 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 Jakarta, 23 Juli 2015
MERCU BUANA



(Ovyemega Panca Wardhani)

NIM : 43111010158

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ovyemega Panca Wardhani
NIM : 43111010158
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Media Online Lazada Indonesia (Studi Kasus di Daan Mogot, Jakarta Barat)**
Tanggal Ujian : 13 Agustus 2015

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji


Tafipirios, SE., MM


Luna Haningsih, SE., ME

Tanggal : 1/9-2015

Tanggal : 1/9-2015

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan,

Ketua Program Studi

SI Manajemen



Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA.

Tanggal : 1/9/2015



Dr. Rina Astini, SE., MM.,

Tanggal : 1/9 2015

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan karuaninya, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang berbentuk skripsi ini dengan tepat waktu. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan sahabatnya yang selalu setia hingga akhir jaman amin.

Penyusunan skripsi ini adalah merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Mercubuana, Jakarta. Dalam penulisan skripsi ini, tentunya banyak pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun material. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tidak terhingganya kepada :

1. Bapak Tafiprios, SE., MM selaku dosen pembimbing, terima kasih yang tak terhingga atas waktu, tenaga, pemikiran dan nasehat yang telah Bapak berikan kepada saya. Saya bangga dan salut dengan sosok Bapak.
2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Wiwik Utami, M.S., Ak dan Bapak H. Arief Bowo Prayoga K., SE., MM selaku Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM., selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen, Ibu Luna Haningsih, SE., ME dan Ibu Hesti Maheswari, SE., M.Si selaku Sekretaris I dan II Program Studi S-1 Manajemen. Terima kasih atas perhatian, kesempatan dan nasehat yang telah Ibu berikan.

5. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pelayanan dalam studi dan dalam pembuatan skripsi ini.
6. Ibunda dan Alm. Ayahanda tercinta serta kakak-kakak kandungku dan keponakan ku, yang selalu memberikan do'a, kasih sayang, nasehat dan dukungan demi keberhasilan saya baik moril maupun materil. Semuanya selalu untuk kebahagiaan kalian. Keluarga besarku, terima kasih atas dukungannya.
7. Pemberi semangat Ary Panji Pratama Sutrisno yang secara khusus selalu memberikan inspirasi belajar.
8. Teman-teman seperjuangan di kampus, yang telah memberikan kenangan manis, dukungan serta solidaritasnya kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas segala bantuan dan informasi yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan pahala dan balasan yang berlipat ganda atas amal dan budi baik semua pihak tersebut diatas. Amin. Akhirnya, dari segala ketulusan hati semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 23 Juli 2015

Penulis

DAFTAR ISI

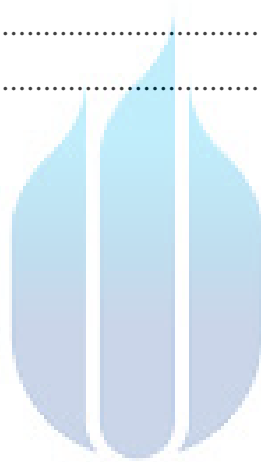
SURAT PENYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	12
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	12
1. Tujuan Penelitian	12
2. Kontribusi Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	14
1. Pengertian Pemasaran	14
2. Tujuan Pemasaran	16
3. Pengertian Manajemen Pemasaran	17
4. Bauran Pemasaran	20
5. Harga	27
6. Promosi	50
7. Perilaku Konsumen	58
B. Penelitian Terdahulu	77
C. Rerangka Pemikiran	80
D. Hipotesis	81
BAB III	
 METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	82

B. Desain Penelitian	82
C. Definisi dan Operasional Variabel	82
D. Populasi dan Sampel	88
E. Teknik Pengumpulan Data	89
F. Metode Analisis	90
1. <i>Descriptive Analysis</i>	91
2. Pengujian Alat Ukur Penelitian	91
a. Uji Validitas Item	92
b. Uji Validitas Konstruksi	92
c. Uji Reabilitas	93
3. Uji Analisis Regresi Berganda Linear	94
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	100
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	102
1. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	102
2. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	102
3. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	103
4. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	103
5. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	104
6. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	105
C. Hasil Uji Kualitas Data	105
1. Hasil Uji Validitas	105
2. Hasil Uji Reabilitas	108
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	109
1. Hasil Uji Normalitas	109
2. Hasil Uji Heteroskedastisitas	110

E. Hasil Uji Hipotesis	112
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	112
2. Uji Regresi Linear Berganda	113
3. Uji F (Uji Simultan)	115
4. Uji t (Uji Regresi Secara Parsial)	116
F. Pembahasan Hasil Penelitian	117

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	119
B. Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN	



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Tabel Website Online Store Terbesar Di Indonesia Tahun 2014.....	4
1.2	Tabel Jumlah Pengguna Lazada Periode Tahun 2012 – 2014	6
1.3	Perbandingan Harga Produk Lazada Indonesia Dengan Harga Pesaing	7
1.4	Promosi Yang Dilakukan Lazada Indonesia	8
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	77
3.1	Variabel, Dimensi, Indikator, Skala Penelitian	83
3.2	Variabel, Dimensi, Indikator, Skala Penelitian	85
3.3	Variabel, Dimensi, Indikator, Skala Penelitian	86
4.1	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	102
4.2	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	102
4.3	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan ...	103
4.4	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	104
4.5	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	105
4.6	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	106
4.7	Hasil Uji Validitas Harga	106
4.8	Hasil Uji Validitas Promosi	107
4.9	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	107
4.10	Hasil Uji Reabilitas	108
4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi	112
4.12	Hasil Uji Regresi Berganda	113
4.13	Hasil Uji f	115
4.14	Hasil Uji t Statistik	116

DAFTAR GAMBAR

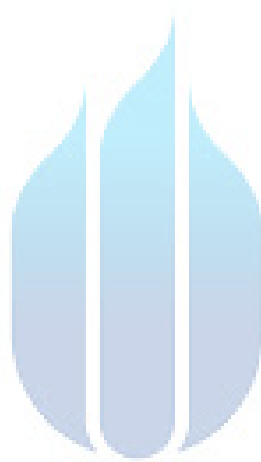
No.	Keterangan	Halaman
1.1	Tampilan Terbaru Lazada Indonesia	5
2.1	Gambaran Perilaku Konsumen.....	63
2.2	Gambaran Proses Perilaku Konsumen	66
2.3	Rerangka Pemikiran	80
4.1	Sejarah Perkembangan Lazada Indonesia Tahun 2012	101
4.2	Cara Pemesanan Lazada Indonesia	101
4.3	Hasil Uji Normalitas	110
4.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas	111



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	124
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	130
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas.....	137
Lampiran 4 Hasil Reabilitas	139
Lampiran 5 Hasil Asumsi Klasik.....	140
Lampiran 6 Hasil Hipotesis	142



UNIVERSITAS
MERCU BUANA