PENGARUH PROMOSI *ONLINE* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS TOKOPEDIA.COM

(Studi Pada: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

DiajukanOleh :

CAHAYA DWI NOVIANTO
NPM : 14420211

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2018

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :Cahaya Dwi Novianto

NPM :14420211

Alamat :Jl. Bumi Sari Praja No 29 Surabaya

Program Studi :Manajemen

Fakultas :Ekonomi Dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**PENGARUH PROMOSI *ONLINE* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS TOKOPEDIA.COM"** adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya ..16- agustus -2018

Yang membuat Pernyataan

(Cahaya Dwi Novianto)
NPM: 14420211)

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI *ONLINE* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS TOKOPEDIA.COM

Diajukan oleh:
CAHAYA DWI NOVIANTO
NPM: 14420211

TELAH DISETUJI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING

BAMBANG SETYADARMA, SE., M.Ak Tanggal, 16 - Juli - 2018

KETUA PROGRAM STUDI

Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si Tanggal, 16 - Juli - 2018

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI *ONLINE* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS TOKOPEDIA.COM

Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

CAHAYA DWI NOVIANTO
NPM: 14420211

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

Bambang Setyadarma, SE., M.Ak

Anggota Dewan Penguji I

Atty Erdiana, SE .M.Ak

Anggota Dewan Penguji II

Dewi Nuraini, SE.,M.SM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjan Manajemen

Tanggal,.. 16 - agustus - 2018

Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si

Ketua Program Studi

Puji syukur ‘Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatnya maupun kasih sayangnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun dan disajikan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna meraih gelar Strata I pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Adapun judul skripsi ini adalah **“PENGARUH PROMOSI *ONLINE* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS TOKOPEDIA.COM**”

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Sehubungan dengan itu, maka pada kesempatan ini peneliti dengan perasaan tulus serta syukur guna menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji, dr., Sp. THT-KL (k), selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Iman Karyadi, Ak, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, S.E, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Bambang Setyadarma, SE. M.Ak. selaku Dosen Pembimbing dengan sabar dan ikhlas memberikan arahan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi mulai awal hingga akhir.
5. Ibu Kristiningsih, SE. M.Si. Sebagai Dosen Wali yang senantiasa memberikan motivasi guna penyelesaian tugas akhir studi di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis yang telah banyak memberikan ilmu tingkat tinggi dan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan.

7. Seluruh staff Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membantu kelancaran administrasi program penyusunan skripsi.
8. Ucapan terima kasih yang tiada akhir, wajib penulis sampaikan untuk kedua orang tua penulis yaitu Ibu Nyulaikah dan Bapak Paimun. Berkat doa dan kasih sayang ibunda dan ayahanda yang selalu membangkitkan harapan si penulis, yang telah membantu penulis dari awal masuk perkuliahan sampai akhir penyelesaian skripsi ini.
9. Ucapan terima kasih untuk keluarga besar saya seperti paman, bibi, saudara-saudara sepupu yang selalu memberikan dukungan doa serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Buat teman-temanku yang sudah membantu dalam penyelesaian skripsiku, mohon maaf tidak bisa menyebutkan satu persatu,makasih motivasinya dari semester pertama sampai semester akhir yang sudah ku anggap saudara, terima kasih sudah menjadi teman baikku selama aku kuliah di Universitas Wijaya Kusuma ini angkatan 2014.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, dikarenakan adanya keterbatasan waktu, tenaga dan pikiran dalam menyusun skripsi ini. Dimana kesempurnaan hanya milik Allah SWT semata. Namun demikian dengan segala kerendahan hati peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan yang membacanya. Akhir kata, peneliti mengharapkan adanya kritik dan saransaran yang sifatnya membangun dari rekan-rekan yang lain.

Surabaya, Agustus 2018

Cahaya Dwi Novianto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT ii
LEMBAR PENGESAHAN iii
LEMBAR PERSETUJUAN iv
KATA PENGANTAR v
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR LAMPIRAN xi
ABSTRAK xii
ABSTRACT xiii

BAB I PENDAHULUAN
1.1.Latar Belakang Masalah 1
1.2.Rumusan Masalah 4
1.3.Tujuan Penelitian 5
1.4 Manfaat Penelitian 5
1.5 Sistematika Penulisan 6

BAB II TELAAH PUSTAKA
2.1.Landasan Teori 8
2.1.1. Pengertian Pemasaran 8
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran 8
2.1.3. Pengertian Konsep Pemasaran 9
2.1.4. Bauran Pemasaran Jasa 11
2.1.5. Promosi 12
2.1.5.1. Definisi Promosi Online 12
2.1.5.2. Tujuan Promosi 13
2.1.5.3. Bauran Promosi (Promotion Mix) 14
2.1.6. Harga 15
2.1.6.1. Peranan Harga 16
2.1.6.2. Prosedur Penetapan Harga 16
2.1.6.3. Faktor-faktor Harga 17
2.1.7 Keputusan Pembelian 17
2.1.7.1. Pengertian Keputusan Pembelian 17
2.1.7.2. Proses Keputusan Pembelian 18
2.1.7.3. Yang Terlibat Dalam Keputusan Pembelian 20
2.1.7.4. Indikator keputusan pembelian 20
2.1.7.5. Promosi dengan Keputusan Pembelian 21
2.1.7.6. Harga dengan Keputusan Pembelian 21
2.2 Mapping Penelitian Terdahulu 22
2.3. Hipotesis dan Model Analisis 22
2.3.1. Hipotesis 22

2.3.2. Model Penelitian 23

BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Pendekatan Penelitian 24
3.2 Populasi Dan Sampel 24
3.2.1 Populasi 24
3.2.2 Sampel 24
3.2.3 Tahap-Tahap Pengambilan Sampling: 26
3.3 Identifikasi Variabel 26
3.4 Definisi Operasional 26
3.5 Jenis dan Sumber Data 28
3.6 Teknik Pengumpulan Data 29
3.7 Teknik Analisis Data 30

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN
4.1. Profil Penelitian 34
4.1.1 Subyek Penelitian 34
4.2 Analisis Hasil Penelitian 35
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden 36
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian 36
4.2.2.1 Deskripsi mengenai Variabel Promosi Online (X1) .. 37
4.2.2.2 DeskripsiVariabel Harga (X2) 38
4.2.2.3 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y) 40
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas 41
4.3.1 Uji Validitas 41
4.3.2 Uji Reliabilitas 42
4.4 Analisis Model dan Uji Hipotesis 43
4.4.1 Uji Regresi Linier Berganda 43
4.4.2 Analisis Koef Determinasi (r2) 44
4.4.3 Analisis Adjusted R-Square (Kelayakan Model Regresi) 45
4.4.2 Uji Hipotesis 45
4.5 Pembahasan 48

BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN
5.1 Simpulan 50
5.2 Saran 50
5.3 Keterbatasan Ruang Lingkup Penelitian 51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Usia	36
Tabel 4.2	Interval Kelas	37
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Terhahap Promosi Online	37
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhahap Harga	38
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	40
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas	41
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.8	Analisis Regresi Berganda	43
Tabel 4.9	Koef Determinasi (R2)	44
Tabel 4.10	Adjusted R-Square (Kelayakan Model Regresi)	45
Tabel 4.11	Uji T-Test	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pemakaian internet di Indonesia 2
Gambar 3.1 Gambar kurva distribusi uji t..... 33
Gambar 4.5 Uji Promosi Online (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) 47
Gambar 4.6 Uji Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) 48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : In Put SPSS

Lampiran 3 : Out Put SPSS

Lampiran 4 : Tabel t

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh promosi *online* dan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pada situs Tokopedia.com. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah promosi *online* dan harga. Sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian pada situs Tokopedia.com. Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan prosedur *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 80 orang. Sebelum dilakukan uji hipotesis dilakukan uji reliabilitas dan validitas. Hasilnya adalah semua variabel valid dan reliabel. Hasil uji t menunjukkan masing-masing variabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian "promosi *online* dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada situs Tokopedia.com" dapat didukung kebenarannya.

Kata Kunci : promosi *online,* harga dan keputusan pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of online promotion and pricing partially on purchasing decisions on Tokopedia.com site. The independent variables in this research are online promotion and price. While the dependent variable is a purchase decision on Tokopedia.com site. In this research, the determination of the sample is done by non probability sampling method with purposive sampling procedure. The sample used is 80 people. Prior to hypothesis testing conducted reliability and validity test. The result is all valid and reliable variables. Result of t test show each variable with significance less than 0,05. Thus "online promotion and price partially significant effect on purchasing decisions on Tokopedia.com site" can be supported truthfully.
Keywords: online promotion, pricing and purchase decisions