

**PENGARUH PROMOSI *ONLINE* DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS
BUKALAPAK.COM**
(Studi Pada: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma
Surabaya)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

ANDREW ABIMANYU KURNIAWAN

NPM : 13420087

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2018

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Andrew Abimanyu Kurniawan

NPM : 13420087

Alamat : Jln. Bagong Ginayan 6/40A

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“Pengaruh Promosi *online* dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada situs Bukalapak.com (Studi pada: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma) 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, 25 Januari 2018

Yang membuat pernyataan,



(Andrew Abimanyu Kurniawan)

NPM : 13420087

SKRIPSI

**Pengaruh Promosi *Online* Dan Persepsi Harga Terhadap
Keputusan Pembelian Pada Situs Bukalapak.Com**

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

Diajukan Oleh :

ANDREW ABIMANYU KURNIAWAN

13420087

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING



Dr. SITI DJAMILAH SE, MSi

Tanggal, 14 - Feb - 2018
Tanggal,.....

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH SE, MSi

Tanggal, 14 - Feb - 2018
Tanggal,.....

SKRIPSI

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

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

Diajukan Oleh :

ANDREW ABIMANYU KURNIAWAN
NPM : 13420087

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Dr. SITI DJAMILAH SE, MSi.

Anggota Tim Penguji



Dra. Ec. Dwi Bhakti Irianti, M.Si.

Anggota Tim Penguji



Wiwik Herawati, SE., MM.

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi
Tanggal,**



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si.
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Syukur Allhamdulillah, berkat rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan melalui proses pembelajaran yang cukup lama dengan banyak mengalami kendala, hambatan dan tentu saja pengalaman yang luar biasa dalam penyusunan skripsi ini. Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang selalu memberi petunjuk, membantu penulis sehingga hambatan dan kendala dapat terlewati dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan baik ditinjau dari segala aspek karena memang manusia tidak ada yang sempurna, dan diantara kesempurnaan manusia adalah kelebihan dan keistimewaan manusia yang saling melengkapi antara individu yang satu dengan yang lainnya maka, penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna menambah wawasan yang lebih lanjut. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan juga ucapan terimakasih 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, MM, CA Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si selaku Ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan masukan selama proses penulisan skripsi.
5. Ibu Atty Erdiana, SE, M.AK selaku dosen wali yang telah membimbing dalam proses perkuliahan
6. Para Responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner yang penulis butuhkan selama menyusun skripsi ini.
7. Alm. Bapak, ibu dan kakak saya heppy, ernis, finna dan tante saya, terima kasih atas dukungan dan doanya selama ini.
8. Terima kasih kepada sahabat saya telah berdoa buat saya, memberikan semangat dan membantu mengerjakan skripsi ini Adi jatmiko, Akbar, Andriani irma, dan Andry kesuma putri.
9. Terima kasih kepada teman saya selama perkuliahan dan membantu mengerjakan skripsi Rara, Rendra, Azhar, dan Jen.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan atas segala pengorbanannya selama ini.

Demikian kata pengantar ini sebagai pembuka dari skripsi ini dan saran yang membangun selalu terbuka lebar untuk kesempurnaan dalam penulisan.

Surabaya,

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
ABSTRACTION.....	xiv

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi	8

BAB II. TELAAH PUSTAKA

2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1. Pengertian Pemasaran	10
2.1.2. Pengertian Mnajemen Pemasaran	10
2.1.3. Pengertian konsep Pemasaran.....	11
2.1.4. Bauran Pemasaran Jasa	13
2.1.5. Perilaku Konsumen	15

2.2. Promosi	16
2.2.1. Definisi Promosi <i>Online</i>	16
2.2.2. Tujuan Promosi	17
2.2.3. Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	18
2.2.4. Persepsi Harga	20
2.2.5. Peranan Harga	20
2.2.6. Prosedur Penetapan Harga	21
2.2.7. Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga	22
2.3. Keputusan Pembelian.....	22
2.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	22
2.3.2. Proses Keputusan Pembelian	23
2.3.3. Pihak Yang Terlibat Dalam Keputusan Pembelian.....	24
2.3.4. Hubungan Promosi Dengan Keputusan Pembelian	25
2.3.5. Hubungan Presepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian	26
2.4. Penelitian Sebelumnya	26
2.5. Hipotesis Dan Model Analisis	27
2.5.1. Hipotesis	27
2.5.2. Model Analisis	28

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian	29
3.2. Populasi dan Sampel	29
3.2.1. Populasi.....	29
3.2.2. Sampel.....	30
3.2.3. Identifikasi Variabel.....	31
3.2.4. Definisi Operasional	31
3.2.5. Sumber Data.....	33
3.2.6. Prosedur Pengumpulan Data.....	34
3.2.7. Uji Validasi dan Reliabilitas	34

3.2.8. Teknik Analisis	35
3.2.9. Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	36
3.2.10. Uji Hipotesis	36

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	40
4.1.1. Gambaran Umum Bukalapak	40
4.2. Deskripsi Identitas Responden	41
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	44
4.3.2. Deskripsi Variabel Promosi Online (X_1)	45
4.3.4. Deskripsi Variabel Persepsi Harga (X_2).....	46
4.3.6. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	47
4.4. Hasil Analisis Data.....	48
4.4.1. Hasil Pengujian Validitas.....	48
4.4.5. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	50
4.4.7.. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	51
4.4.8. Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	52
4.6. Hasil Pengujian Hipotesis	53
4.6.1. Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	53
4.6.4. Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)	55
4.6.8. Pembahasan	58

BAB V. SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

5.1. Simpulan	60
5.2. Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Kurva Distribusi F	38
Gambar 3.2. Kurva Distribusi t	39
Gambar 4.6.3. Kurva Distribusi Uji F	54
Gambar 4.6.6. Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Promosi <i>Online</i> (X_1).....	56
Gambar 4.6.7. Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Persepsi Harga (X_2)	57

DAFTAR TABEL

Tabel 2.4. Perbedaan dan Persamaan Penelitian Sebelumnya	26
Tabel 4.2.1. Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2.2. Jumlah Responden Menurut Usia	42
Tabel 4.2.3. Jumlah Responden Mengenai Uang Saku / Pendapatan Perbulan	43
Tabel 4.2.4. Jumlah Responden Mengenai Frekuensi Membuka Situs Belanja <i>Online</i>	43
Tabel 4.3.1. Kategori Penilaian	45
Tabel 4.3.3. Jawaban Responden Mengenai Variabel Promosi <i>Online</i> (X_1) ...	57
Tabel 4.3.5. Jawaban Responden Mengenai Variabel Persepsi Harga (X_2)	58
Tabel 4.3.7. Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 4.4.1. Hasil Pengujian Validitas.....	50
Tabel 4.5. Hasil Pengujian Reliabilitas	66
Tabel 4.5.3. Hasil Koefisien Determinasi	52
Tabel 4.6.2. Hasil Analisis Uji F	53
Tabel 4.6.5. Hasil Analisis Uji t	55

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : In Put SPSS
- Lampiran 3 : Out Put SPSS
- Lampiran 4 : Tabel F dan Tabel t

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh promosi *online* dan persepsi harga secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian online pada situs bukalapak.com. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah promosi *online* dan persepsi harga. Sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian online pada situs bukalapak.com. Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan prosedur *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 71 orang. Uji Hipotesa dengan melakukan analisa regresi linier berganda. Sebelum dilakukan uji hipotesis dilakukan uji reliabilitas dan validitas. Hasilnya adalah semua variabel valid dan reliabel, hasil uji F menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan “promosi *online* dan persepsi harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online pada situs bukalapak.com” dapat didukung kebenarannya. Hasil uji t menunjukkan masing-masing variabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan “promosi *online* dan persepsi harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada situs bukalapak.com” dapat didukung kebenarannya.

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

ABSTRACTION

The purpose of this study was to examine the effect of online promotion and price perception simultaneously and partially to the online purchase decision on bukalapak.com site. The independent variables in this research are online promotion and price perception. While the dependent variable is the decision of online purchase on bukalapak.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 71 people. Test Hypothesis by performing multiple linear regression analysis. Prior to hypothesis testing conducted reliability and validity test. The result is all valid and reliable variables, F test results show $F_{count} > F_{table}$ with significance 0.000. Thus the hypothesis that "online promotion and price perception simultaneously have a significant effect on online purchasing decisions on bukalapak.com site" can be confirmed. Result of t test show each variable with significance less than 0,05. Thus the hypothesis that "online promotion and partial price perception have a significant effect purchasing decision on bukalapak.com site" can be supported truthfully.

Keywords: online promotion, price perceptions and purchase decisions