

**PENGARUH IKLAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS
JUAL BELI ONLINE ZALORA**

(Studi Pada Konsumen Zalora di Surabaya)

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



Diajukan Oleh:

RAFIDA SALMA CHALISTA

NPM: 16420043

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2021

SKRIPSI

**PENGARUH IKLAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SITUS JUAL BELI ONLINE STUDI PADA KONSUMEN ONLINE SHOP
ZALORA**

Diajukan oleh:

RAFIDA SALMA CHALISTA

NPM: 16420043

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



ATTY ERDIANA SE, M.Ak

Tanggal, ...16 Januari 2021

KETUA PROGRAM STUDI



DR. SITI DJAMILAH, SE., M.Si

Tanggal, ...16 Januari 2021

SKRIPSI

**PENGARUH IKLAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SITUS JUAL BELI ONLINE STUDI PADA KONSUMEN ONLINE SHOP
ZALORA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

RAFIDA SALMA CHALISTA

NPM: 16420043

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

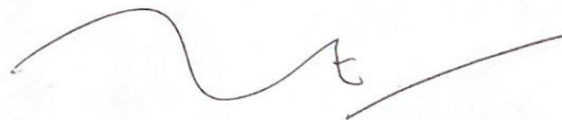


Atty Erdiana SE., M.Ak.

Anggota Dewan Penguji Lain



Wiwik Herawati SE., MM.



Adrianto Trimarjono SE., MM.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal 16 Januari 2021



DR. SITI DJAMILAH SE., M.Si

Ketua Program Studi

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rafida Salma Chalista
NPM : 16420043
Alamat : Jl Teluk Aru Tengah no.7A
Progam Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH IKLAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS JUAL BELI ONLINE ZALORA (Studi Pada Konsumen Zalora di Surabaya)”** 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.

Surabaya, 16 Januari 2021

Yang membuat pernyataan



(Rafida Salma Chalista)

NPM : 16420043

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan segala puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa penulisan skripsi dengan judul Pengaruh Iklan Digital Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Jual Beli Online Zalora (Studi Pada Konsumen Zalora di Surabaya) ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penyelesaian skripsi ini tentunya membutuhkan pengorbanan, kesabaran dan kerja keras yang tentunya tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. H. Sri Harmadji, dr., Sp.THT-KL(K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
2. Bapak Gimanto Gunawan, Drs. Ec Gimanto Gunawan, MM., M.Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si, selaku Ketua Progam Studi Manajemen.
4. Bapak Giyana, SE., MM., selaku Dosen Wali Akademik yang telah membimbing Krs di masa perkuliahan.
5. Ibu Atty Erdiana SE, M.Ak. selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan waktu, arahan, saran dan bimbingan, serta kesabaran dalam proses penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmunya serta membimbing selama masa kuliah.
 7. Ibu dan saudara-saudaraku yang senantiasa mendoakan dan memberikan dorongan, semangat dan bantuan baik moril maupun materiil yang tidak ternilai kepada penulis.
 8. Terimakasih untuk sahabat cewters Raka Akbar, Destatiana dan Athifa yang sudah sering meluangkan waktu dan setia menemani saya.
 9. Terimakasih untuk sahabatku Maudy, Bella, Natan, Mega, Rena, Atta, Kartik, Daus, Royce, Harry yang sudah membantu dalam proses penyusunan skripsi.
 10. Terimakasih untuk Rafi Jabbar dan Putri yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada saya agar cepat lulus dan segera membeli rumah.
 11. Terimakasih untuk teman-teman saya dan semua pihak yang telah membantu dalam proses menyelesaikan skripsi secara langsung maupun tidak langsung.
- Akhir kata, semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Terimakasih untuk kesediannya membaca dan memberikan kritik atau saran.

Surabaya, 16 Januari 2021



Rafida Salma Chalista

DAFTAR ISI

Halaman

<u>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>KATA PENGANTAR</u>	5
<u>DAFTAR ISI</u>	7
<u>DAFTAR TABEL</u>	10
<u>Halaman</u>	10
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	11
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u>	12
<u>ABSTRAK</u>	13
<u>BAB I</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>PENDAHULUAN</u>	Error! Bookmark not defined.
1.1 <u>Latar Belakang Masalah</u>	Error! Bookmark not defined.
1.2 <u>Rumusan Masalah</u>	Error! Bookmark not defined.
1.3 <u>Tujuan Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
1.4 <u>Manfaat Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
1.5 <u>Sistematika Skripsi</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB II</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>TELAAH PUSTAKA</u>	Error! Bookmark not defined.
2.1 <u>Landasan Teori</u>	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 <u>Pengertian Pemasaran</u>	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 <u>Konsep Pemasaran</u>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 <u>Bauran Pemasaran</u>	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 <u>Iklan Digital</u>	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 <u>Dimensi dan Indikator Iklan Digital</u>	Error! Bookmark not defined.
2.1.6 <u>Keputusan Pembelian</u>	Error! Bookmark not defined.
2.1.7 <u>Hubungan Iklan Digital terhadap Keputusan Pembelian</u>	Error! Bookmark not defined.
	defined.
2.2 <u>Penelitian Terdahulu</u>	Error! Bookmark not defined.
2.3 <u>Hipotesis dan Model Analisis</u>	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 <u>Hipotesis</u>	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 <u>Model Analisis</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB III</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>METODE PENELITIAN</u>	Error! Bookmark not defined.

3.1	<u>Pendekatan Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
3.2	<u>Populasi dan Sampel</u>	Error! Bookmark not defined.
3.2.1	<u>Populasi</u>	Error! Bookmark not defined.
3.2.2	<u>Sampel</u>	Error! Bookmark not defined.
3.3	<u>Identifikasi Variabel</u>	Error! Bookmark not defined.
3.4	<u>Definisi Operasional Variabel</u>	Error! Bookmark not defined.
3.5	<u>Jenis dan Sumber Data</u>	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	<u>Jenis Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	<u>Sumber Data</u>	Error! Bookmark not defined.
3.6	<u>Prosedur Pengumpulan Data</u>	Error! Bookmark not defined.
3.7	<u>Teknik Analisis</u>	Error! Bookmark not defined.
3.7.1	<u>Uji Validitas</u>	Error! Bookmark not defined.
3.7.2	<u>Uji Reliabilitas</u>	Error! Bookmark not defined.
3.7.3	<u>Teknik Analisis Data</u>	Error! Bookmark not defined.
3.7.4	<u>Uji Hipotesis</u>	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1	<u>GAMBARAN UMUM SUBJEK PENELITIAN</u> Error! Bookmark not defined.	
4.1.1	<u>Sejarah Perusahaan</u>	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	<u>Visi dan Misi</u>	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	<u>Bidang Usaha Perusahaan</u>	Error! Bookmark not defined.
4.1.4	<u>Sistem Penjualan Zalora</u>	Error! Bookmark not defined.
4.1.5	<u>Waktu Pengiriman Produk Zalora</u>	Error! Bookmark not defined.
4.1.6	<u>Cara Pembelian di Zalora</u>	Error! Bookmark not defined.
4.1.7	<u>Keamanan Online Shop Zalora Kepada Konsumen</u> Error! Bookmark not defined.	
4.2	<u>HASIL PENELITIAN</u>	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	<u>Pelaksanaan Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	<u>Karakteristik Responden Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
4.3	<u>Analisis Model atau Pengujian Hipotesis</u>	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	<u>Analisa Deskripsi Variabel</u>	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	<u>Uji Validitas dan Reliabilitas</u>	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	<u>Analisis Regresi Berganda</u>	Error! Bookmark not defined.
4.3.4	<u>Pengujian Hipotesis</u>	Error! Bookmark not defined.
4.4	<u>Pembahasan</u>	Error! Bookmark not defined.

<u>4.4.1</u>	<u>Pengaruh Accessibility Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Jual Beli Online Zalora</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.4.2</u>	<u>Pengaruh Interactivity Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Jual Beli Online Zalora</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.4.3</u>	<u>Pengaruh Credibility Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Jual Beli Online Zalora</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.4.4</u>	<u>Pengaruh Entertainment Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Jual Beli Online Zalora</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.4.5</u>	<u>Pengaruh Informativeness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Jual Beli Online Zalora</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.4.5</u>	<u>Pengaruh Irritation Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Jual Beli Online Zalora</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB V</u>		Error! Bookmark not defined.
<u>SIMPULAN, SARAN dan KETERBATASAN</u>		Error! Bookmark not defined.
<u>5.1</u>	<u>Simpulan</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>5.2</u>	<u>Saran</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>5.3</u>	<u>Keterbatasan</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Halaman

<u>Tabel 1.1</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 2.1</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4.1</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4.2</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4.3</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4.4</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4.5</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4.6</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4.7</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4.8</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4.9</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4.10</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4.11</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4.12</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4.13</u>	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Halaman

<u>Gambar 2.1</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 3.1</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4.1</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4.2</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4.3</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4.4</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4.5</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4.6</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4.7</u>	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Hasil Rekapitan Kuesioner
- Lampiran 3 : Hasil Data Primer Deskripsi Responden
- Lampiran 4 : Uji Validitas
- Lampiran 5 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 : Uji Analisis Regresi Berganda

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *accessibility*, *interactivity*, *credibility*, *entertainment*, *informativeness* dan *irritation* terhadap keputusan pembelian di *online shop* Zalora. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Zalora yang ada di kota Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability* dengan prosedur *purposive sampling* yang digunakan berjumlah 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui kuesioner. Penelitian ini menganalisis data dengan menggunakan Teknik analisis deskriptif dan analisis regresi berganda untuk membuktikan pengaruh *accessibility*, *interactivity*, *credibility*, *entertainment*, *informativeness* dan *irritation* terhadap keputusan pembelian di *online shop* Zalora. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *accessibility*, *interactivity*, *credibility*, *entertainment*, *informativeness* dan *irritation* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : **accessibility, interactivity, credibility, entertainment, informativeness, irritation, keputusan pembelian**

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of accessibility, interactivity, credibility, entertainment, informativeness and irritation on purchasing decisions at Zalora's online shop. This research uses quantitative methods. The population used in this study were all Zalora consumers in the city of Surabaya. The sampling technique used in this study is non-probability with a purposive sampling procedure used total 100 respondents. This study uses a data collection method through a questionnaire. This study analysis data using descriptive analysis techniques and multiple regression analysis to prove the effect of accessibility, interactivity, credibility, entertainment, informativeness and irritation on purchasing decisions at Zalora's online shop. The results showed that accessibility, interactivity, credibility, entertainment, informativeness and irritation had an effect on purchasing decisions.

Keywords: accessibility, interactivity, credibility, entertainment, informativeness, irritation, purchase decisions.