

**SKRIPSI**

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE**

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

*Universitas Narotama*

*Surabaya*



**PRO PATRIA**

**Oleh :**

**ALIFIAN SUGENG PRASETYONO**

**01217042**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NAROTAMA  
SURABAYA**

**2021**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE**



Oleh :

**ALIFIAN SUGENG PRASETYONO**

**01217042**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NAROTAMA  
SURABAYA**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ALIFIAN SUGENG PRASETYONO  
NIM : 01217042  
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS  
Jurusan : MANAJEMEN

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE (MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NAROTAMA  
SURABAYA)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan apabila diperlukan.

Surabaya, 29 Maret 2021

Pembuat Pernyataan,



ALIFIAN SUGENG

PRASETYONO

NIM : 01217042

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE (MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NAROTAMA  
SURABAYA)**

DIAJUKAN OLEH :  
ALIFIAN SUGENG PRASETYONO  
01217042

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

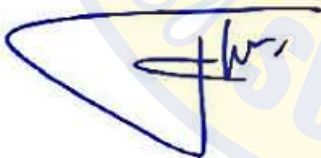
DOSEN PEMBIMBING,



(QAUSYA FAVIANDHANI, SE,MM)

TANGGAL .....

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN,



(AGUS SUKOCO, ST,MM)

TANGGAL .....  
26/11

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

TELAH DIUJI DAN DIPERTAHANKAN PADA HARI JUMAT, TANGGAL 3  
SEPTEMBER 2021

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan  
Pembelian Konsumen Pada Marketplace Shopee  
(Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas  
Narotama Surabaya)

Disusun Oleh : Alifian Sugeng Prasetyono

NIM : 01217042

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Prodi : Manajemen

Perguruan Tinggi : Universitas Narotama Surabaya

Dihadapan Team Penguji :

1. Joko Suyono, Ph.D



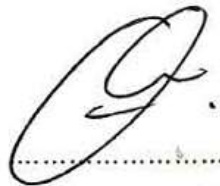
.....

2. I Putu Artaya S.E, M.M



.....

3. Qausya Faviandhi S.E, M.M



.....

**HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ALIFIAN SUGENG PRASETYONO  
NIM : 01217042  
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS  
Program Studi : MANAJEMEN  
Jenis Karya : SKRIPSI

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalti Free Right)

Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada  
Marketplace Shopee (Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Narotama  
Surabaya)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalihmedia formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Surabaya

Pada Tanggal : 29 Maret 2021

Yang menyatakan



(ALIFIAN SUGENG PRASETYONO)

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia yang telah Allah berikan, saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul

### **Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Shopee (Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Narotama Surabaya)**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa keberhasilan dan terlaksananya penelitian ini bukan merupakan keberhasilan individu. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, maupun doa sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih saya tujukan kepada :

1. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa, restu, dukungan, dan kasih sayang yang sangat berarti bagi saya.
2. Bapak Dr Arasy Alimudin, SE.,MM selaku Rektor Universitas Narotama Surabaya.
3. Ibu Dr. Ir. Rr. Hermien Tridayanti, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama Surabaya.
4. Bapak Agus Sukoco, ST., MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Narotama Surabaya.
5. Bapak Qausya Faviandhi, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan petunjuk dan nasehat yang sangat berarti bagi saya.
6. Bapak/Ibu dosen, staff, dan karyawan di lingkungan Universitas Narotama Surabaya yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi.
7. Teman-teman Universitas Narotama. Terima kasih atas dukungan, pengertian, doa, serta telah memberi masa kuliah yang berkesan yang tidak akan pernah terlupakan.
8. Keluarga tercinta yang tiada hentinya memberikan do'a, motivasi dan semangat kepada saya untuk menyelesaikan skripsi saya ini.
9. Teman-teman saya yang telah memberi semangat dan dorongan dalam proses penyelesaian skripsi.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan kepada saya dalam menyusun skripsi.

Akhir kata, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya untuk membalas kebaikan dari semua pihak yang telah membantu saya selama ini. Semoga skripsi ini bermanfaat kepada semua pihak.

Surabaya, 29 Maret 2021

ALIFIAN SUGENG  
PRASETYONO

## ABSTRAK

Segala aspek pada kehidupan manusia saat ini menggunakan internet, sebagai contohnya pada aspek perdagangan. Dengan dasar kebutuhan tersebut, muncul berbagai macam website/aplikasi yang menyediakan barang-barang kebutuhan konsumen. Salah satu website/aplikasi tersebut adalah Shopee. Pada penelitian ini berfokus kepada keputusan pembelian pada aplikasi Shopee. Keputusan pembelian memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi, namun peneliti hanya mengambil dua faktor yakni Promosi dan Harga. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada aplikasi/website Shopee. Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik pengumpulan datanya adalah kuesioner. Penelitian ini menggunakan 100 responden yang berdasarkan pada teori purposive sampling (responden berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan). Data yang telah dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner tersebut selanjutnya akan diolah menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan dibantu program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Promosi dan Harga secara parsial dan simultan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Kata Kunci : *shopee, promosi, harga, keputusan pembelian*



## ABSTRACT

*All aspects of human life today use the internet, for example in the trade aspect. Based on these needs, various websites/applications have emerged that provide consumer goods. One such website/application is Shopee. This study focuses on purchasing decisions on the Shopee application. Purchasing decisions have several influencing factors, but researchers only take two factors, namely Promotion and Price. The purpose of this study was to analyze the effect of promotions and prices on purchasing decisions on the Shopee application/website. The approach in this study uses a quantitative approach, with the data collection technique is a questionnaire. This study used 100 respondents based on purposive sampling theory (respondents based on predetermined criteria). The data that has been collected through the distribution of the questionnaire will then be processed using multiple linear regression analysis techniques with the help of the SPSS program. The results of this study indicate that the Promotion and Price variables partially and simultaneously have a significant positive effect on the purchasing decision variables.*

*Keywords: shopee, promotion, price, purchase decision*

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN .....	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan .....	5
1.4 Manfaat .....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	5
1.4.2 Manfaat Praktis .....	6
1.5 Batasan Masalah .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1 Tinjauan Empiris .....	7
2.2 Tinjauan Teoritis .....	27
2.2.1 Promosi .....	27
2.2.2 Harga .....	28
2.2.3 Keputusan Pembelian .....	28
2.3 Keterkaitan antar Variabel Penelitian dan Pengembangan Hipotesis .....	31
2.3.1 Keterkaitan antara Promosi dengan Keputusan Pembelian .....	31
2.3.2 Keterkaitan antara Harga dengan Keputusan Pembelian .....	32
2.4 Kerangka Berpikir .....	32
2.5 Hipotesis .....	33

BAB III METODELOGI PENELITIAN .....	35
3.1 Pendekatan Penelitian .....	35
3.1.1 Pendekatan Kuantitatif .....	35
3.2 Obyek Penelitian .....	35
3.2.1 Populasi .....	35
3.2.2 Sampel .....	36
3.3 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.3.1 Jenis Data .....	37
3.3.2 Sumber Data .....	37
3.3.2.1 Data Primer .....	37
3.3.2.2 Data Sekunder .....	38
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.4 Definisi Operasional .....	39
3.5 Teknik Analisa Data .....	40
3.5.1 Uji Kualitas Data .....	40
3.5.1.1 Uji Validitas .....	40
3.5.1.2 Uji Reliabilitas .....	41
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	41
3.5.2.1 Uji Normalitas .....	41
3.5.2.2 Uji Multikolinieritas .....	42
3.5.2.3 Uji Heterokedastisitas .....	42
3.5.3 Pengujian Hipotesis .....	43
3.5.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	43
3.5.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F) .....	44
3.5.3.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji-t) .....	45
3.5.3.4 Uji Koefisien Determinasi (Uji-R <sup>2</sup> ) .....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	47
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	47
4.1.2 Profil Jawaban Responden .....	48
4.2 Hasil Penelitian .....	49
4.2.1 Uji Kualitas Data .....	49
4.2.1.1 Uji Validitas .....	49

4.2.1.2 Uji Reliabilitas .....	50
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.2.2.1 Uji Normalitas .....	51
4.2.2.2 Uji Multikolinieritas .....	51
4.2.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	52
4.2.3 Pengujian Hipotesis.....	53
4.2.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
4.2.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	54
4.2.3.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji-t).....	55
4.2.3.4 Uji Koefisien Determinasi (Uji-R <sup>2</sup> ).....	55
4.3 Pembahasan.....	56
4.3.1 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen .....	56
4.3.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen .....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran .....	60
DAFTAR PUSTAKA .....	61
LAMPIRAN .....	65
Lampiran 1. Biodata .....	65
Lampiran 2. Kuesioner.....	66
Lampiran 3. Tabulasi Data .....	68
Lampiran 4. Hasil Output SPSS .....	72
Lampiran 5. Hasil Plagiarism Checker .....	77
Lampiran 6. Sertifikat Conference.....	78
Lampiran 7. Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	79

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Empiris.....	13
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	39
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....	47
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pernah Berbelanja di Shopee .....	47
Tabel 4.4 Tabel Kriteria Kategori Nilai .....	48
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Item Promosi (X1) .....	48
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Item Harga (X2).....	49
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi item Keputusan Pembelian (Y) .....	49
Tabel 4.8 Uji Validitas .....	50
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 4.10 Uji Normalitas .....	51
Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas .....	52
Tabel 4.12 Uji Scatterplot Heterokedastisitas.....	52
Tabel 4.13 Uji Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 4.14 Uji Signifikansi Simultan .....	54
Tabel 4.15 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji-t) .....	55
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi (Uji-R <sup>2</sup> ).....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengguna Internet Tahun 2018-2019 di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Grafik Pengunjung Web Bulanan Shopee (Kuartal I-2020).....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konsep/Kerangka Berpikir .....	32

