

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEMUDAHAN DAN
KEAMANAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN
SECARA *ONLINE* DI TOKOPEDIA**
(Studi Kasus pada *Customer Auto Service* PT. Fakta Brontak Digital)

SKRIPSI

FIQAH NAZAR
21150000263



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEMUDAHAN DAN
KEAMANAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN
SECARA *ONLINE* DI TOKOPEDIA
(Studi Kasus pada *Customer Auto Service* PT. Fakta Brontak Digital)**

SKRIPSI

FIQAH NAZAR

21150000263



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA**

2020

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEMUDAHAN DAN KEAMANAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* DI TOKOPEDIA (Studi Kasus pada *Customer Auto Service* PT. Fakta Brontak Digital)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, September 2020

FIQAH NAZAR

NPM 21150000263

PERSETUJUAN PEMBIMBING

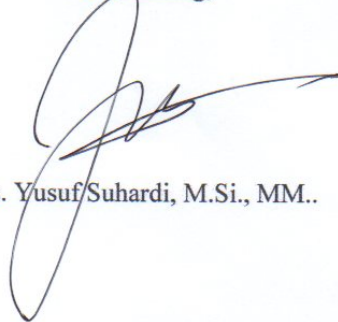
Karya ilmiah dengan judul :

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEMUDAHAN DAN
KEAMANAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN
SECARA *ONLINE* DI TOKOPEDIA
(Studi Kasus pada *Customer Auto Service* PT. Fakta Brontak Digital)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

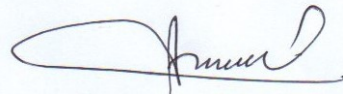
Jakarta, September 2020

Pembimbing,



Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM..

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Drs. Sumitro, M.Sc.

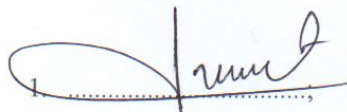
HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul :

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEMUDAHAN DAN
KEAMANAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN
SECARA *ONLINE* DI TOKOPEDIA
(Studi Kasus pada *Customer Auto Service* PT. Fakta Brontak Digital)**

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal September 2020 dengan nilai A-

Panitia Ujian Karya ilmiah

1. .....;

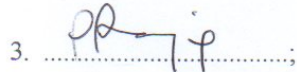
Drs. Sumitro, M.Sc.

(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2. .....;

Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM.

(Pembimbing)

3. .....;

Dr.Ir. Meita Pragiwani, MM.

Penguji I

4. .....;

Ir. Ginanjar Syamsuar, ME.

Penguji II

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam memberikan petunjuk dan koreksi atas penelitian skripsi ini.
2. Dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs Ridwan Maronrong, M.Sc., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Bapak Dr. Anhar, M.Sc., SE., Ak., CA selaku Kepala Departemen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc. selaku Kepala Prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
6. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan ilmu Manajemen dan ilmu penunjang lainnya.
7. Pihak *Customer* Auto Service PT. Fakta Brontak Digital yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
8. Kedua orang tua peneliti yang telah memberikan dukungan, doa dan motivasi agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, September 2020

FIQAH NAZAR

NPM 21150000263

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : FIQAH NAZAR
NPM : 21150000263
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEMUDAHAN DAN KEAMANAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* DI TOKOPEDIA (Studi Kasus pada *Customer Auto Service PT. Fakta Brontak Digital*)

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : September 2020

Yang menyatakan,

ttd

Fiqah Nazar

Fiqah Nazar
NPM : 21150000263
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM.

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEMUDAHAN DAN KEAMANAN
PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* DI TOKOPEDIA
(Studi Kasus pada *Customer Auto Service* PT. Fakta Brontak Digital)**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tentang persepsi harga, kenyamanan dan keamanan terhadap keputusan pembelian online di Tokopedia pada customer auto service PT. Fakta tentang Brontak digital. Penelitian ini menggunakan penelitian strategi asosiatif. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. . Berdasarkan penelitian di Fakta Brontak digital dengan kriteria sebagai konsumen PT. Pembelian digital dilakukan secara online di Tokopedia ke customer service otomatis PT.

Hasil penelitian menemukan bahwa variabel persepsi harga terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia. Variabel kemudahan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia. Variabel keamanan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia. Secara simultan persepsi harga, kemudahan dan keamanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia auto service PT. Fakta Brontak Digital

Kata kunci : Persepsi Harga, Kemudahan, Keamanan, Keputusan Pembelian

Fiqah Nazar
NPM : 21150000263
Programme Study S-1 Management

Supervisor :
Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM.

***THE EFFECT OF PERCEPTION PRICE, CONVENIENCE AND SECURITY
ON DECISION ONLINE PURCHASING AT TOKOPEDIA (Case Study on
Customer Auto Service PT. Fakta Brontak Digital)***

ABSTRACT

The purpose of this research was to know and analyze about perception price, convenience and security toward on decision online purchasing at Tokopedia at customer auto service PT. Fakta on Brontak digital. This research uses strategy research, associative. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. . Based on the research in Fakta Brontak digital with criteria as a consumer PT. Digital have done purchasing by online on Tokopedia to the costumer auto service PT.

The research found that price perception significant influence the decision purchasing online at Tokopedia. The convenience significant influence the decision purchasing online at Tokopedia. The security significant influence the decision online purchasing online at Tokopedia. Simultaneous test results show price perception, convenience, security simultaneously effect on decision purchasing online at Tokopedia auto service PT. Fakta Brontak Digital.

Keywords: Price Perception, Convenience, Security, Decision online purchasing

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1. Pemasaran.....	9
2.2.2. Manajemen pemasaran.....	9
2.2.3. Persepsi harga.....	10
2.2.4. Kemudahan.....	13
2.2.5. Keamanan.....	14
2.2.6. Keputusan Pembelian.....	15

2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian.....	19
	Halaman
2.3.1. Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian.....	19
2.3.2. Pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembelian.....	20
2.3.3. Pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian.....	20
2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	21
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	22

BAB III METODA PENELITIAN..... 23

3.1. Strategi Penelitian.....	23
3.2. Populasi dan Sampel.....	23
3.2.1. Populasi penelitian.....	23
3.2.2. Sampling dan sampel penelitian.....	24
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	24
3.3.1. Data Penelitian	25
3.3.2. Metoda pengumpulan data.....	25
3.4. Operasionalisasi Variabel	27
3.5. Metoda Analisis Data.....	29
3.5.1. Metoda Pengolahan Data.....	29
3.5.2. Metoda Penyajian Data.....	30
3.5.3. Analisis Statistik Data.....	30

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 36

4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	36
4.2. Deskripsi Responden	36
4.3. Deskripsi Data	38
4.3.1. Deskripsi data variabel persepsi harga	38
4.3.2. Deskripsi data variabel kemudahan.....	39
4.3.3. Deskripsi data variabel keamanan.....	40
4.3.4. Deskripsi data variabel keputusan pembelian <i>online</i>	40

4.4. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	41
	Halaman
4.4.1. Uji validitas	41
4.4.2. Uji reliabilitas.....	42
4.5. Analisis Statistik Data.....	43
4.5.1. Analisis koefisien determinasi	43
4.5.2. Pengujian hipotesis.....	48
4.6. Temuan Hasil Penelitian	51
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1. Simpulan	57
5.2. Saran	57
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	58
DAFTAR REFERENSI	59
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Ketentuan Pengukuran Instrumen Penelitian.....	27
Tabel 3.2. Variabel, Indikator, dan Sub Indikator Penelitian.....	27
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	42
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	43
Tabel 4.3. Koefisien Determinasi Parsial Variabel Persepsi harga (X_1) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Secara <i>Online</i> di Tokopedia pada <i>Customer Auto Service</i> PT. Fakta Brontak Digital (Y).....	44
Tabel 4.4. Koefisien Determinasi Parsial Variabel Kemudahan (X_2) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian <i>Online</i> (Y).....	45
Tabel 4.5. Koefisien Determinasi Parsial Variabel Keamanan (X_3) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian <i>Online</i> (Y).....	46
Tabel 4.6. Koefisien Korelasi dan Determinasi Simultan Variabel Persepsi harga (X_1), Variabel Kemudahan (X_2), Variabel Keamanan (X_3) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian <i>Online</i> (Y).....	47
Tabel 4.7. Pengujian Hipotesis Parsial Variabel Persepsi harga (X_1), Variabel Kemudahan (X_2), Variabel Keamanan (X_3) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian <i>Online</i> (Y).....	48
Tabel 4.8. Pengujian Hipotesis Simultan Variabel Persepsi harga (X_1), Variabel Kemudahan (X_2), Variabel Keamanan (X_3) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian <i>Online</i> (Y).....	50
Tabel 4.9. Matriks Hasil Penelitian.....	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Pertumbuhan E-commerce di 10 Negara 2019.....	1
Gambar 1.2. <i>E-Commerce</i> Pengunjung Terbanyak TWIII 2019 di Indonesia	2
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian	22
Gambar 4.1. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Gambar 4.2. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Gambar 4.4. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Gambar 4.5. Diagram Skala Likert Variabel Persepsi harga (X_1).....	39
Gambar 4.6. Diagram Skala Likert Variabel Kemudahan (X_2).....	39
Gambar 4.7. Diagram Skala Likert Variabel Keamanan (X_3).....	40
Gambar 4.8. Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	41

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	62
Lampiran 2. Rekapitulasi Data Variabel Persepsi harga (X_1).....	67
Lampiran 3. Rekapitulasi Data Variabel Kemudahan (X_2)	70
Lampiran 4. Rekapitulasi Data Variabel Keamanan (X_3).....	73
Lampiran 5. Rekapitulasi Data Variabel Keputusan Pembelian <i>Online</i> (Y).....	76
Lampiran 6. Rekapitulasi Data Berpasangan Variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y....	79
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Persepsi Harga (X_1).....	82
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kemudahan (X_2)	83
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keamanan (X_3)	84
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian Secara online (Y)	85
Lampiran 11. Hasil Output SPSS (Deskripsi Data)	87
Lampiran 12. Hasil Output SPSS (Koefisien Determinasi Parsial)	88
Lampiran 13. Hasil Output SPSS (Koefisien Determinasi Simultan).....	89
Lampiran 14. Surat Keterangan Riset.....	90
Lampiran 15. Dokumentasi Riset Penelitian	91
Lampiran 16. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	92