

**PENGARUH *SOSIAL INSFLUENCE*, *WEB QUALITY* DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SHOPEE**

(Studi Karyawan PT. Global Nusantara Sukses dan PT. Damai Rukun Bersama)

SKRIPSI

**HARIMAN SIREGAR
2115000099**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

**PENGARUH *SOSIAL INSFLUENCE*, *WEB QUALITY* DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SHOPEE**

(Studi Karyawan PT. Global Nusantara Sukses dan PT. Damai Rukun Bersama)

SKRIPSI

**HARIMAN SIREGAR
2115000099**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH *SOSIAL INSFLUENCE*, *WEB QUALITY* DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi Lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 28 Januari 2021

HARIMAN SIREGAR

NPK 2115000099

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH *SOSIAL INSFLUENCE*, *WEB QUALITY*
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SHOPEE**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarja Manajemen (S.M.) di program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Rama Chandra.,SE.,ME dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen , serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI)

Jakarta, 28 Januari 2021

Menyetujui,

Pembimbing



Rama Chandra.,SE.,ME

Mengetahui,

Kepala Prodi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya, BBA.,M.SC 28/01/2021



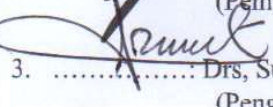

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

PENGARUH *SOSIAL INSFLUENCE*, *WEB QUALITY* DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) pada hari Kamis, tanggal 28 Januari 2021 dengan nilai

Panitia Ujian Skripsi

1. : Muhammad Ramaditya, BBA.,M.SC
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. : Rama Chandra, SE.,ME
(Pembimbing)
3. : Drs, Sumitro M.Sc
(Penguji I)
4. : Joddi Prastuti, SE., MBA
(Penguji II)

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang di hadapi dapat diatasi dan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Rama Chandra.SE.,ME selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penelitian dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs, Sumitro M.Sc Dan Ibu Doddi Prastuti, SE., MBA selaku 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
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA.,M.SC, selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen
5. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini
6. Karyawan,Karyawati, HRD staff dan Manager Perusahaan PT. GLOBAL NUSANTARA SUKSES DAN PT. DAMAI RUKUN BERSAMA yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang penelitian perlukan.
7. Kedua orang tua yang tak pernah putus memberikan doa dan semangat dan untuk istri saya Firda Dwi Astuti Pohan dan juga untuk Anak saya Arsyila

Khairunnisa Siregar yang selalu memberikan saran, masukan dan motivasi yang membangkitkan saya untuk berjuang dan menjadi lebih baik lagi.

8. Untuk Sahabat- Sahabat seperjuangan saya selama kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Indonesia (STEI) yang selalu memberikan doa dan semangat.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari seluruh pembaca dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, 28 Januari 2021

HARIMAN SIREGAR

NPK 2115000099

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS**

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

Nama : HARIMAN SIREGAR

NPM : 21150000099

Program Studi : S-1 MANAJEMEN

JenisKarya : SKRIPSI

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilih Hak Cipta.

Demikian pernyataanini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Padatanggal : 28 Januari 2021

Yang menyatakan,

HARIMAN SIREGAR

Hariman Siregar 21150000099 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing ; Rama Chandra. SE.,ME
PENGARUH <i>SOCIAL INFLUENCE</i>, <i>WEB QUALITY</i> DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE (Studi Karyawan PT Global Nusantara Sukses dan PT. Damai Rukun Bersama)	
ABSTRAK	
<p>Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh <i>social influence</i>, <i>web quality</i> dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian di Shopee.</p> <p>Metode survey dalam Penelitian ini menggunakan Analisa kuantitatif. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji realibilitas dan koefisien determinasi simultan dengan menggunakan program SPSS v.26.0 for Windows. Populasi umum dalam penelitian ini adalah karyawan yang melakukan pembelian di shopee, sedangkan populasi sarannya adalah 97 karyawan PT. Global Nusantara Sukses & PT. Damai Rukun Bersama. Teknik pengambilan sampel digunakan dengan metode Purposive Sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner sebanyak 97 karyawan.</p> <p>Hasil penelitian ini yaitu <i>Social Influence</i> berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian . <i>Web Quality</i> berpengaruh secara signifikan berterhadap keputusan pembelian . Persepsi Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.</p>	
<i>Kata Kunci : Social Influence, Web Quality, dan Persepsi Harga, Keputusan Pembelian</i>	

Hariman Siregar 21150000099 Program Studi S-1 Manajemen	Supervisor ; RamChandra. SE.,ME
THE EFFECT OF SOCIAL INFLUENCE, WEB QUALITY AND OF PRICE PERCEPTION ON PURCHASE DECISIONS IN SHOPEE (Case Studi employess PT Global Nusantara Sukses dan PT. Damai Rukun Bersama.)	
ABSTRACT	
<p>The purpose of this study was to determine the influence of social influence, web quality and price perceptions on purchasing decisions at Shopee..</p> <p>The survey method in this study uses quantitative analysis. Data testing techniques used in this study include validity test, reliability test and simultaneous coefficient of determination using the SPSS v.26.0 for Windows program. The general population in this study were employees who made purchases at the shopee, while the target population was 97 employees of PT. Global Nusantara Sukses & PT. Peace Together. The sampling technique used was purposive sampling method. Data collection using a questionnaire as many as 97 employees.</p> <p>The results of this study are Social Influence has a significant effect on purchasing decisions. Web Quality has a significant effect on purchasing decisions. Price perception has a significant effect on purchasing decisions..</p>	
Keywords: Social Influence, Price Web Quality, Price Perception and Purchasing Decisions	

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Review Hasil Penelitian-Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1. Keputusan Pembelian.....	12
2.2.2. Model Perilaku Konsumen.....	14
2.2.3. <i>Social Influence</i>	17
2.2.4. Persepsi Harga.....	18

	2.2.5. Fenomena <i>E-Commerce</i>	21
	2.2.6. <i>Web Quality</i>	24
2.3	Keterkaitan antar Variabel.....	25
	2.3.1. Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	25
	2.3.2. Pengaruh <i>Web Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	26
	2.3.3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.4	Pengembangan Hipotesis.....	27
2.5	Kerangka Konseptual Penelitian.....	27
BAB III	METODA PENELITIAN.....	29
3.1	Strategi Penelitian.....	29
3.2	Populasi dan Sampel.....	29
	3.2.1. Populasi Penelitian.....	29
	3.2.2. Sampel Penelitian.....	29
3.3	Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	30
3.4	Operasional Variabel.....	32
3.5	Metoda Analisa Data.....	34
	3.5.1. Statistik Deskriptif.....	34
	3.5.2. Analisis Jawaban Responden.....	35
	3.5.3. Analisis Statistik Data.....	36
	3.5.4. Analisis Korelasi Determinasi.....	37
	3.5.5. Pengujian Hipotesis.....	39
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	41
4.2.	Analisis Statistik Deskriptif.....	42
	4.2.1. Deskripsi Responden.....	42
	4.2.2. Deskripsi Jawaban Responden.....	46

4.2.3.	Analisis Statistik Data.....	50
4.2.4.	Uji Hipotesis Partial.....	53
4.2.5.	Uji Hipotesis Simultan.....	56
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1	Simpulan.....	60
5.2	Saran.....	61
	DAFTAR REFERENSI.....	62
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	<i>Website E-Commerce</i> yang Paling Banyak Dikunjungi...	2
Tabel 1.2	Prefensi Konsumen Terhadap <i>E-Commerce</i> di Indonesia.	3
Tabel 1.3	Penilaian <i>Platform</i> Belanja <i>Online</i>	4
Tabel 3.1	Nilai Skor Skala Likert.....	31
Tabel 3.2	Variabel, Indikator, Sub Indikator Kualitas Produk.....	33
Tabel 3.3	Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi.....	38
Tabel 4.1	Deskripsi Berdasarkan Karakteristik Responden.....	43
Tabel 4.2	Kriteria Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja per Bulan, Produk yang dibeli dan Metode Pembayaran yang digunakan.....	44
Tabel 4.3	Indeks Persepsi Responden terhadap <i>Social Influence</i>	47
Tabel 4.4	Indeks Persepsi Responden terhadap <i>Web Quality</i>	48
Tabel 4.5	Indeks Persepsi Responden terhadap Persepsi Harga.....	49
Tabel 4.6	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4.7	Uji Validitas Variabel <i>Social Influence</i>	50
Tabel 4.8	Uji Validitas Variabel <i>Website Quality</i>	51
Tabel 4.9	Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....	51
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel <i>Social Influence</i> , <i>Web quality</i> , Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.11	Hasil Koefisien Korelasi Parsial <i>Social Influence</i> (SI) Terhadap Keputusan Pembelian (KP).....	53
Tabel 4.12	Hasil Koefisien Korelasi Parsial <i>Web Quality</i> (WQ) Terhadap Keputusan Pembelian (KP).....	54
Tabel 4.13	Hasil Koefisien Korelasi Parsial Persepsi Harga (PH) Terhadap Keputusan Pembelian (KP).....	56
Tabel 4.14	Hasil Uji Annova.....	58
Tabel 4.15	Hasil Uji Hipotesis	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	28
Gambar 1.2 Responden Usia 26-35 Tahun Berdasarkan Produk terakhir yang dibeli	46

DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 2	Tabulasi Data Item Kuesioner.....	67
Lampiran 3	Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	73
Lampiran 4	Uji Validitas <i>Social Influence</i>	74
Lampiran 5	Uji Validitas <i>Web Quality</i>	75
Lampiran 6	Uji Validitas Persepsi Harga.....	76
Lampiran 7	Uji Reliability Semua Variabel.....	77
Lampiran 8	Surat Keterangan Riset.....	78
Lampiran 9	Daftar Riwayat Hidup.....	80