

**PENGARUH NILAI PELANGGAN, PROMOSI DAN
SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

**(Studi Pada Pengguna Bukalapak Kecamatan Duren
Sawit Jakarta Timur)**

SKRIPSI

**MUHAMMAD ADAM LAKSANA
21170000137**



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

**PENGARUH NILAI PELANGGAN, PROMOSI DAN
SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

**(Studi Pada Pengguna Bukalapak Kecamatan Duren
Sawit Jakarta Timur)**

SKRIPSI

**MUHAMMAD ADAM LAKSANA
21170000137**



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

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

2021

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan bahwa dengan sesungguhnya Karya Ilmiah dengan judul :

PENGARUH NILAI PELANGGAN, PROMOSI DAN SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pengguna Bukalapak Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur)

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 karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi Lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika kemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, Juli 2021

MUHAMMAD ADAM LAKSANA
NPM 21170000137

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya Ilmiah dengan judul :

PENGARUH NILAI PELANGGAN, PROMOSI DAN SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pengguna Bukalapak Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur)

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarja Manajemen (S.M.) pada program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Dr. Engkur, S.IP., M.E. 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,..... Juli 2021

Pembimbing,



Dr. Engkur, S.IP., M.E.

Kepala Prodi Studi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya BBA, M.Sc





HALAMAN PENGESAHAN

Karya Ilmiah dengan judul :

PENGARUH NILAI PELANGGAN, PROMOSI DAN SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pengguna Bukalapak Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur)

Telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 06 Agustus 2021 dengan nilai **A-**

Panitia Ujian Karya Ilmiah

1.  : Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc.
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  : Dr. Engkur, S.IP., M.E. (Pembimbing)
3.  : Drs. Jusuf Haryanto M.Sc (Penguji I)
4.  : Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc. (Penguji II)

KATA PENGANTAR

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

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang di hadapi dapat diatasi dan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan berikut ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya dan tulus kepada :

1. Dr. Engkur, S.IP., M.E. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran dan kesabaran untuk mengarahkan dan membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Jusuf Haryanto M.Sc Dan Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc. selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk prosesi sidang. Terimakasih untuk saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc, selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia atas bekal ilmu pengetahuan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Teristimewa kepada orang tua yang tak pernah putus mendoakan, memberikan motivasi, semangat, dan pengorbanannya yang membangkitkan saya untuk berjuang dan terus berusaha menjadi lebih baik lagi kedepannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Untuk teman-teman saya Rima Yuliyani, Ali Said, Elisabet Murti Trimulatsih, Annisha Woro Lestari dan semua yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terima kasih untuk dukungan, semangat dan saran bagi penulis.
8. Orang sukses akan mengerjakan apapun yang harus ia kerjakan, meskipun ia menyukainya atau tidak.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih memiliki kekurangan atau kelemahan, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari seluruh pembaca dan semoga skripsi ini dapat memberikan wawasan bagi banyak pihak.

Jakarta, Juli 2021

MUHAMMAD ADAM LAKSANA
NPM 21170000137

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : MUHAMMAD ADAM LAKSANA
NPM : 21170000137
Program Studi : S-1 MANAJEMEN
Jenis : Skripsi

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

PENGARUH NILAI PELANGGAN, PROMOSI DAN SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pengguna Bukalapak Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 6 Agustus 2021

Yang menyatakan,

MUHAMMAD ADAM LAKSANA

Muhammad Adam Laksana
NPM : 21170000137
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing
Dr. Engkur, S.IP., M.E.

**PENGARUH NILAI PELANGGAN, PROMOSI DAN SISTEM
PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Pengguna Bukalapak Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan, promosi, sistem pembayaran terhadap keputusan pembelian Bukalapak di Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Bukalapak yang pernah melakukan pembelian dengan teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Metoda pengumpulan data menggunakan kuesioner sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan koefisien determinasi.

Simpulan penelitian ini secara parsial promosi dan sistem pembayaran berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan nilai pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan promosi, nilai pelanggan dan sistem pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Nilai Pelanggan, Promosi, Sistem Pembayaran dan Keputusan Pembelian

Muhammad Adam Laksana
NPM : 21170000137
Program Studi S-1 Manajemen

Supervisor Lecture ;
Dr. Engkur, S.IP., M.E.

**THE INFLUENCE OF CUSTOMER VALUE, PROMOTION AND
PAYMENT SYSTEM ON BUKALAPAK PURCHASE DECISION.
(Case Study of Bukalapak In Duren Sawit, East Jakarta)**

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the influence of on purchasing decisions for Bukalapak in Duren Sawit Jakarta Timur.

The population in this study were Bukalapak users who had made a purchase using the purposive sampling technique. The data collection method used a questionnaire of 100 respondents. The data analysis method used is descriptive analysis and coefficient of determination.

The conclusion of this research is that partially promotion and payment system have a positive and significant effect, while customer value has no significant effect on purchasing decisions. Simultaneously promotion, customer value and payment system have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Customer Value, Promotion, Payment System and Purchase Decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYAILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xivv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	5
2.1 <i>Review</i> Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	5
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Pemasaran	9
2.2.2 Nilai Pelanggan.....	10
2.2.3 Promosi	11
2.2.4 Sistem Pembayaran.....	12
2.2.5 Keputusan Pembelian	15
2.3 Keterkaitan Antara Variabel Peneliti.....	18
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	20

2.5 Kerangka Konseptual Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Strategi Penelitian	22
3.2 Populasi dan Sampel.....	22
3.2.1 Populasi Penelitian.....	22
3.2.2 Sampling dan Sampel Penelitian	23
3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data	23
3.4 Operasional Variabel	24
3.5 Metode Analisis Data	25
3.5.1 Pengolahan Data	25
3.5.2 Penyajian Data	26
3.5.3 Analisis Statistik Data.....	26
3.5.4. Uji Instrumen Penelitian	27
3.5.5. Uji Hipotesis	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	29
4.2. Analisis Statistik Deskriptif.....	30
4.2.1.Deskripsi Responden	30
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	32
4.3 Analisis Statistik Data.....	36
4.3.1 Uji Validitas	36
4.3.2 Uji Reliabilitas	38
4.4 Uji Hipotesis	40
4.4.1 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	41
4.4.2 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) Error! Bookmark not defined.	
4.5 Temuan Hasil Penelitian	42

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	43
5.1 Simpulan.....	43
5.2 Saran	43
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya. ...	43
DAFTAR REFERENSI	45
LAMPIRAN.....	48

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Data Top Brand Award Index 2020.....	3
Tabel 3.1 : Tabel Skoring	24
Tabel 3.2 : Operasional Variabel.....	25
Tabel 4.1 : Persepsi Responden Mengenai Nilai Pelanggan.....	32
Tabel 4.2 : Persepsi Responden Mengenai Promosi.....	33
Tabel 4.3 : Persepsi Responden Mengenai Sistem Pembayaran.....	34
Tabel 4.4 : Persepsi Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	35
Tabel 4.5 : Hasil Pengujian Validitas Nilai Pelanggan (NP).....	36
Tabel 4.6 : Hasil Pengujian Validitas Promosi (P).....	37
Tabel 4.7 : Hasil Pengujian Validitas Sistem Pembayaran (SP).....	38
Tabel 4.8 : Hasil Pengujian Validitas Keputusan Pembelian (SP).....	38
Tabel 4.9 : Hasil Uji Realibilitas Variabel Nilai Pelanggan, Promosi, Sistem Pembayaran dan Keputusan Pembelian.....	39
Tabel 4.10 : Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan dari Variabel Nilai Pelanggan, Promosi Dan Sistem Pembayaran terhadap Keputusan Pembelian.....	39
Tabel 4.11 : Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	40
Tabel 4.11 : Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji f).....	41

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	22
Gambar 4.1 Data Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Gambar 4.2 Data Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	36
Gambar 4.3 Data Deskripsi Responden Berdasarkan Status.....	37
Gambar 4.4 Data Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. : Kuesioner Penelitian.....	48
Lampiran 2. : Surat Riset Penelitian.....	57
Lampiran 3. : Tabulasi Responden.....	58
Lampiran 4. : Output SPSS Versi 25.0 Validitas Nilai Pelanggan (X ₁).....	67
Lampiran 5. : Output SPSS Versi 25.0 Validitas Promosi (X ₂)	68
Lampiran 6. : Output SPSS Versi 25.0 Validitas Sistem Pembayaran (X ₂)....	69
Lampiran 7. : Output SPSS Versi 25.0 Validitas Keputusan Pembelian (Y)..	70
Lampiran 8. : Output SPSS Versi 25.0 Reliability.....	71
Lampiran 9. : Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	73