

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KEMUDAHAN  
PENGUNAAN APLIKASI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN ONLINE DI SHOPEE**

**(Studi Pada Pengguna Shopee di Kecamatan Cakung)**

**SKRIPSI**

**WAHYUNITA NOVIANTI**

**21170000109**





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

**2021**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KEMUDAHAN  
PENGUNAAN APLIKASI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN ONLINE DI SHOPEE**

**(Studi Pada Pengguna Shopee di Kecamatan Cakung)**

**SKRIPSI**

**WAHYUNITA NOVIANTI**

**21170000109**



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

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

**2021**

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya menyatakan bahwa dengan sesungguhnya karya ilmiah dengan judul :

### **PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KEMUDAHAN PENGUNAAN APLIKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI SHOPEE**

**(Studi Pengguna Shopee di Kecamatan Cakung)**

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 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi Lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 13 September 2021



**WAHYUNITA NOVIANTI**

NPK 21170000109

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Karya ilmiah dengan judul :

### **PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KEMUDAHAN PENGUNAAN APLIKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI SHOPEE**

**(Studi Pengguna Shopee di Kecamatan Cakung)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M.) pada program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Dr. Gatot Prabantoro, SE., MM 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, 13 September 2021

Menyetujui,

Mengetahui,

Pembimbing

Kepala Prodi Studi S-1 Manajemen



Dr. Gatot Prabantoro, SE., MM



Muhammad Ramaditya BBA, M.Sc

## HALAMAN PENGESAHAN

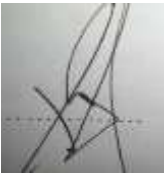
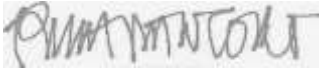
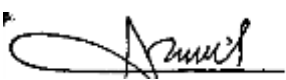

Karya ilmiah dengan judul :

### **PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KEMUDAHAN PENGUNAAN APLIKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI SHOPEE**

**(Studi Pengguna Shopee di Kecamatan Cakung)**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) pada tanggal .... September 2020 dengan nilai ....

#### **Panitia Ujian Skripsi**

1.  .....: Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc.  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  .....: Dr. Gatot Prabantoro, SE., MM (Pembimbing)
3.  .....: Drs. Sumitro, M.Sc (Penguji I)
4.  .....: Dr. H. Supriyatin SY, MM(Penguji II)

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah 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. Bapak Dr. Gatot Prabantoro, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran dan kesabaran untuk mengarahkan dan membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc dan Bapak Dr. H. supriyatin. Sy, MM 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. Seluruh responden yang telah menyediakan waktu untk mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
7. Teristimewa kepada Orang tua dan adik saya, 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.
8. Untuk teman saya Fani dan Dini terima kasih untuk dukungan, semangat dan saran bagi penulis.

9. Ali Said, Rima Yuliyani, dan Annisha Woro Lestari selaku teman selama saya berkuliah di STEI yang telah bersedia membantu, mengarahkan dan memberikan masukan kepada saya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
10. Untuk teman seperjuangan grup “MANTAP”, Bayu, Muhammad Adam Laksana, Elisabet Murti Trimulatsih, Ana Nur Mayana dan Rena Sharfina terima kasih atas dukungan, saran dan semangat yang tidak pernah terlewatkan selama proses penyelesaian skripsi ini.
11. Untuk teman-teman semasa kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu terima kasih atas dukungan yang telah diberikan selama ini.
12. Dan yang terakhir, saya berterima kasih kepada diri saya sendiri atas segala pencapaian dan kerja keras yang telah saya keluarkan untuk mencapai pada titik ini, titik dimana saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan karya ilmiah 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, 13 September 2021



**WAHYUNITA NOVIANTI**

NPK 21170000109

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN**  
**PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK**  
**KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : WAHYUNITA NOVIANTI

NPM : 21170000109

Program Studi : S-1 MANAJEMEN

Jenis Karya : KARYA ILMIAH

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 pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 13 Septemberv2021

Yang menyatakan,



WAHYUNITA NOVIANTI



Wahyunita Novianti

21170000109

Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing ;

Dr. Gatot Prabantoro, SE., MM

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KEMUDAHAN  
PENGUNAAN APLIKASI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN ONLINE DI SHOPEE**

**(Studi Pengguna Shopee di Kecamatan Cakung)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga(X1), promosi(X2), dan kemudahan penggunaan(X3) terhadap keputusan pembelian belanja online di Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Shopee di wilayah Cakung.

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dalam bentuk Google Form sebanyak 100 responden pengguna Shopee. Metode analisis data adalah analisis statistik data deskriptif. Teknik pengambilan sampel dengan metode *purpose sampling* . Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji realibilitas, uji t dan uji f, dengan menggunakan program SPSS v.25.0 for Windows.

Hasil penelitian dalam penelitian ini yaitu kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sedangkan harga dan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil secara bersama-sama variabel harga, promosi, dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian belanja *online* di Shopee.

Wahyunita Novianti 21170000109 Program Studi S-1 Manajemen	Supervisor Lecturer ; Dr. Gatot Prabantoro, SE., MM
<b><i>EFFECT OF PRICE, PROMOTION, AND EASE OF USE OF THE APP ON ONLINE PURCHASE DECISIONS ON SHOPEE</i></b>  <b><i>(Shopee User Studies in Cakung Subdistrict)</i></b>	
<b>ABSTRACT</b>	
<p><i>This study aims to determine the effect of price (X1), promotion (X2), and ease of use (X3) on online shopping purchasing decisions at Shopee. The population in this study are Shopee application users in the Cakung area.</i></p> <p><i>The data collection method used a questionnaire in the form of a Google Form as many as 100 Shopee user respondents. The method of data analysis is a descriptive statistical analysis of data. The sampling technique used is the purposive sampling method. The data testing technique used in this research is the validity test, reliability test, t-test, and f test , using SPSS v.25.0 for Windows program.</i></p> <p><i>The result of this research is that ease of use affects purchasing decisions, while price and promotion do not affect purchasing decisions. The results together with the variables of price, promotion, and ease of use affect online shopping purchasing decisions at Shopee.</i></p>	
<b><i>Keywords: price, promotion, ease of use, purchasing decisions</i></b>	

# DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN	
JUDUL.....	i
<u>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH</u> .....	ii
<u>PERSETUJUAN PEMBIMBING</u> .....	iii
<u>HALAMAN PENGESAHAN</u> .....	iv
<u>KATA PENGANTAR</u> .....	v
<u>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</u> .....	vii
<u>ABSTRAK</u> .....	viii
<u>DAFTAR ISI</u> .....	x
<u>DAFTAR TABEL</u> .....	xii
<u>DAFTAR GAMBAR</u> .....	xiii
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u> .....	xiv
<u>BAB I</u> .....	1
<u>PENDAHULUAN</u> .....	1
<u>1.1 Latar Belakang Masalah</u> .....	1
<u>1.2 Perumusan Masalah</u> .....	5
<u>1.3 Tujuan Penelitian</u> .....	5
<u>1.4 Manfaat Penelitian</u> .....	6
<u>2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu</u> .....	7
<u>2.2. Landasan Teori</u> .....	12
<u>2.2.1 Manajemen pemasaran</u> .....	12
<u>2.2.2 Harga</u> .....	14
<u>2.2.3 Promosi</u> .....	15
<u>2.2.4 Kemudahan Penggunaan</u> .....	18
<u>2.2.5 Keputusan Pembelian</u> .....	19
<u>2.3. Keterkaitan Antar Variabel Peneliti</u> .....	20
<u>2.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian</u> .....	20
<u>2.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian</u> .....	21
<u>2.3.3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian</u> .....	21
<u>2.4. Pengembangan Hipotesis</u> .....	22
<u>2.5. Kerangka Konseptual Penelitian</u> .....	22
<u>BAB III</u> .....	24

<b><u>METODE PENELITIAN</u></b> .....	<b>24</b>
3.1 <u>Strategi penelitian</u> .....	24
3.2 <u>Populasi dan Sampel</u> .....	24
3.2.1 <u>Populasi Penelitian</u> .....	24
3.2.2 <u>Sampel Penelitian</u> .....	25
3.3 <u>Data dan Metode Pengumpulan Data</u> .....	26
3.3.1 <u>Jenis Data</u> .....	26
3.3.2 <u>Metode Pengumpulan Data</u> .....	26
3.4 <u>Operasional Variabel</u> .....	27
3.5 <u>Metode Analisis Data</u> .....	31
3.5.1 <u>Pengolahan Data</u> .....	31
3.5.2 <u>Penyajian Data</u> .....	32
3.5.3 <u>Analisis Statistik Data</u> .....	32
3.5.4 <u>Uji Instrumen Penelitian</u> .....	33
3.5.5 <u>Uji Hipotesis</u> .....	34
<b><u>BAB IV</u></b> .....	<b>36</b>
<b><u>HASIL DAN PEMBAHASAN</u></b> .....	<b>36</b>
<b><u>4.1 Deskripsi Objek Penelitian</u></b> .....	<b>36</b>
<b><u>4.2 Deskripsi Responden</u></b> .....	<b>37</b>
<b><u>4.3 Analisis Statistik Data</u></b> .....	<b>40</b>
4.3.1 <u>Uji Validitas</u> .....	40
4.3.2 <u>Uji Reliabilitas</u> .....	42
<b><u>4.4 Uji Hipotesis</u></b> .....	<b>47</b>
<b><u>4.4.1 Uji Hipotesis Secara Parsial ( Uji t)</u></b> .....	<b>47</b>
<b><u>4.4.2 Uji Hipotesis Secara Simultan ( Uji F)</u></b> .....	<b>48</b>
4.5. <u>Temuan Hasil Penelitian</u> .....	49
<b><u>BAB V</u></b> .....	<b>52</b>
<b><u>SIMPULAN DAN SARAN</u></b> .....	<b>52</b>
<b><u>5.1 Simpulan</u></b> .....	<b>52</b>
<b><u>5.2 Saran</u></b> .....	<b>52</b>
<b><u>5.3 Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya</u></b> .....	<b>53</b>
<b><u>DAFTAR PUSTAKA</u></b> .....	<b>55</b>
<b><u>Lampiran</u></b> .....	<b>58</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 3.1.</b> : Alternatif jawaban dengan <i>skala likert</i> .....	27
<b>Tabel 3.2.</b> : Operasional Variabel.....	28
<b>Tabel 4.1.</b> : Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
<b>Tabel 4.2.</b> : Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	39
<b>Tabel 4.3.</b> : Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	40
<b>Tabel 4.4.</b> : Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	40
<b>Tabel 4.5.</b> : Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	41
<b>Tabel 4.6.</b> : Hasil Validitas Variabel Harga (X1).....	42
<b>Tabel 4.7.</b> : Hasil Validitas Variabel Promosi (X2) .....	42
<b>Tabel 4.8.</b> : Hasil Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan (X3).....	43
<b>Tabel 4.9.</b> : Hasil Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	43
<b>Tabel 4.10.</b> : Hasil Realibilitas Variabel Harga, Promosi, Kemudahan Penggunaan, dan Keputusan Pembelian.....	44
<b>Tabel 4.11.</b> : Hasil Koefisien Determinasi Parsial Harga (X1) Pada Keputusan Pembelian (Y).....	45
<b>Tabel 4.12.</b> : Hasil Koefisien Determinasi Parsial Promosi (X2) Pada Keputusan Pembelian (Y).....	46
<b>Tabel 4.13.</b> : Hasil Koefisien Determinasi Parsial Kemudahan Penggunaan (X3) Pada Keputusan Pembelian (Y) .....	47
<b>Tabel 4.14.</b> : Hasil Koefisien Determinasi Simultan.....	48
<b>Tabel 4.15.</b> : Hasil Uji-t .....	48
<b>Tabel 4.16.</b> : Hasil Uji-f.....	49

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

<b>Gambar 2.5.</b> : Kerangka Konseptual Penelitian.....	23
<b>Gambar 4.5.</b> : Hasil Kerangka Konseptual Penelitian.....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

### Halaman

<b>Lampiran 1.</b>	: Kuesioner Penelitian.....	59
<b>Lampiran 2.</b>	: Tabulasi Kuesioner Variabel Harga (X1) .....	66
<b>Lampiran 3.</b>	: Tabulasi Kuesioner Variabel Promosi (X2).....	68
<b>Lampiran 4.</b>	: Tabulasi Kuesioner Variabel Kemudahan Penggunaan (X3) ...	70
<b>Lampiran 5.</b>	: Tabulasi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	72
<b>Lampiran 6.</b>	: Output SPSS Versi 25.0 Validitas Harga.....	74
<b>Lampiran 7.</b>	: Output SPSS Versi 25.0 Validitas Promosi .....	75
<b>Lampiran 8.</b>	: Output SPSS Versi 25.0 Validitas Kemudahan Penggunaan...	76
<b>Lampiran 9.</b>	: Output SPSS Versi 25.0 Validitas Keputusan Pembelian .....	77
<b>Lampiran 10.</b>	: Output SPSS Versi 25.0 Reliability.....	78
<b>Lampiran 11.</b>	: Daftar Riwayat Hidup.....	79