

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, HARGA, DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA KONSUMEN TOKOPEDIA**

(Studi kasus wilayah Pulogadung)

SKRIPSI

**ANAUL PRATAMA AMIRUDIN MAULANA
21180000101**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2022**

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, HARGA, DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA KONSUMEN TOKOPEDIA**

(Studi kasus wilayah Pulogadung)

SKRIPSI

ANAUL PRATAMA AMIRUDIN MAULANA

21180000101



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA JAKARTA
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya Skripsi dengan judul:

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, HARGA, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN TOKOPEDIA

(Studi kasus wilayah Pulogadung)

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 kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika di kemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 18 Juli 2022



ANAUL PRATAMA AMIRUDIN MAULANA

NPM 21180000101

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, HARGA, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN TOKOPEDIA
(Studi kasus wilayah Pulogadung)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Dr.Gatot Prabantoro, SE., MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 18 Juli 2022

Pembimbing



(Dr.Gatot Prabantoro, SE., MM)

Mengetahui Kepala Program Studi



(Dr.Muhammad Ramaditya, BBA.,

HALAMAN PENGESAHAN

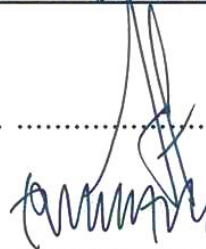
Skripsi dengan judul:


PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, *HARGA, DAN WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN TOKOPEDIA


(Studi kasus wilayah Pulogadung)

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Progam Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 2 Agustus 2022 dengan nilai.A.

Panitia Ujian Skripsi

1.  ; Dr.Muhammad Ramaditya, BBA.,
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2.  ; Dr.Gatot Prabantoro, SE., MM
(Pembimbing)

3.  ; Drs. Sumitro, M.Sc
(Penguji I)

4.  ; Lina Noersanti, S.Si., M,Si
(Penguji II)

KATA PENGANTAR

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

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

1. Bapak Dr.Gatot Prabantoro, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc dan Ibu Lina Noersanti, S.Si., M,Si 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, Jakarta.
4. Bapak Dr.Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Ibu Rutinaias Haholongan, SE., MM selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu saya selama perkuliahan dari awal sampai saat ini.
6. Ibu Juniarti, SE., M.Ak yang telah membantu saya dalam mengolah data dan berdiskusi mengenai penelitian ini.
7. Segenap dosen & karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah membantu peneliti dalam memberikan ilmu dan bimbingan semasa masa perkuliahan.
8. Orang tua dan Keluarga (Bapak Marno, Ibu Darti, Adik Abinawa, Hesti) yang telah memberikan bantuan doa, serta dukungan material dan moral yang sangat berarti untuk peneliti.

9. Firyal Amirah Andriani, partner terbaik yang selalu memberikan semangat, perhatian dan membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi hingga selesai.
10. Teman-teman terbaik (Rzky Aditya Pradana, Adam Hasan Ripassa, William Immanuel, Dimas Candra Pangestu, Aldy Putra Wijaya, Dimas Fajar, Rayfa Arya, Ahmad mirobi, Arifatu imanul, Saddam Anugrah R, Reza H, M. Irfan , Shafa Rizky Z S, Amelia Khusniyah, Wanda Hasanah Y, Kania Hilma) yang telah menjadi teman diskusi, selalu memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini
11. Untuk saya sendiri terimakasih sudah berjuang hingga sekarang, bangga banget sama saya sendiri yang bisa menyelesaikan skripsi ini.
penelitian ini kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 18 Juli 2022



ANAUL PRATAMA AMIRUDIN MAULANA
NPM 21180000101

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Anaul Pratama Amirudin Maulana
NPM : 21180000101
Program Studi : S-1 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 skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, HARGA, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN TOKOPEDIA

(Studi kasus wilayah Pulogadung)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/memformatkan, mengelola dalam bentuk pengakalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi 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 : 18 Juli 2022

Yang menyatakan,



Anaul Pratama Amirudin Maulana

Nama : Anaul Pratama Amirudin Maulana NPM : 21180000101 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing : Dr.Gatot Prabantoro, SE., MM
<p>PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, HARGA, DAN <i>WORD OF MOUTH</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN TOKOPEDIA</p> <p>(Studi kasus wilayah Pulogadung)</p>	
<p>ABSTRAK</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi Promosi Penjualan, Harga, <i>Word of Mouth</i> terhadap keputusan pembelian Tokopedia di wilayah Pulogadung.</p> <p>Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian kuantitatif. Populasi dan sampel dari penelitian ini adalah konsumen Tokopedia yang pernah berbelanja online di Tokopedia minimal 3 kali pembelanjaan yang berjumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Analisis yang digunakan adalah koefisien determinasi menggunakan program SPSS versi 25.0.</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Promosi Penjualan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, variabel Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dan variabel <i>Word of Mouth</i> berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Secara simultan bahwa Promosi Penjualan, Harga, <i>Word of Mouth</i> secara berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.</p>	
<p>Kata kunci : Promosi Penjualan, Harga, <i>Word of Mouth</i> dan Keputusan Pembelian</p>	

Nama : Anaul Pratama Amirudin Maulana NPM : 21180000101 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing : Dr.Gatot Prabantoro, SE., MM
THE INFLUENCE OF SALES PROMOTION, PRICE, AND WORD OF MOUTH ON PURCHASE DECISIONS ON TOKOPEDIA CONSUMERS (Case study in Pulogadung area)	
ABSTRACT	
Kata kunci : Sales Promotion, Price, Word of Mouth, and Purchase Decisions	

This study aims to determine the effect of perceptions of Sales Promotion, Price, *and Word of Mouth* on Tokopedia purchasing decisions in the Pulogadung area.

The strategy used in this research is a quantitative research strategy. The population and sample of this study were Tokopedia consumers who had shopped online at Tokopedia at least 3 times, totaling 100 respondents. Data collection techniques using questionnaires that have been tested for validity and reliability. The analysis used is the coefficient of determination using the SPSS version 25.0 program.

The results showed that the Sales Promotion variable did not affect Purchase Decisions, the Price variable had an influence on Purchase Decisions and the *Word of Mouth* affected Purchase Decisions. Simultaneously Sales Promotion, Price, *and Word of Mouth* together have a significant influence on purchasing decisions.

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Pemasaran	9
2.1.2. <i>E-Commerce</i>	10
2.1.3. Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>)	11
2.1.4. Bauran Promosi (<i>promotion mix</i>).....	12
2.1.5. Promosi Penjualan.....	13
2.1.6. Harga.....	14
2.1.7. <i>Word of Mouth</i>	17
2.1.8. Keputusan Pembelian.....	19
2.2. <i>Review</i> Penelitian Terdahulu.....	24
2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian & Pengembangan Hipotesis.....	28
2.3.1. Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia.	28
2.3.2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia..	28

2.3.3.	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia	29
2.3.4.	Pengaruh Promosi Penjualan, Harga, dan <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia	30
2.4.	Kerangka Konseptual Penelitian	30
2.5.	Pengembangan Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1.	Strategi Penelitian	32
3.2.	Populasi dan Sampel	33
3.2.1.	Populasi Penelitian	33
3.2.2.	Sampel Penelitian	33
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel	34
3.3.	Data dan Metode Pengumpulan Data	35
3.4.	Operasional Variabel	37
3.4.1.	Identifikasi Variabel Penelitian	42
3.5.	Metode Analisis Data	42
3.5.1.	Analisis Deskriptif	43
3.5.2.	Pengolahan Data	43
3.5.3.	Alat Analisis Statistik Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		50
4.1.	Deskripsi Responden	50
4.1.1.	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	50
4.2.	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	53
4.2.1.	Uji validitas	53
4.2.2.	Uji Reliabilitas	56
4.3.	Analisis Statistik Data	58
4.3.1.	Analisis Koefisien Determinasi Parsial	58
4.3.2.	Analisis Koefisien Determinasi Berganda	59
4.3.3.	Uji Hipotesis	60
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian	62
4.4.1.	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia	63
4.4.2.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	63
4.4.3.	Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembeli	64

4.4.4. Pengaruh Promosi Penjualan, Harga, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	65
5.1. Simpulan	65
5.2. Saran	66

DAFTAR TABEL

Table 3.1 Skala Likert untuk Instrumen Penelitian	36
Table 3.2 Operasional Variabel	37
Table 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja di Tokopedia	50
Table 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Table 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Table 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	53
Table 4.7 Validitas Instrumen per Butir Untuk Variabel Promosi Penjualan (X ₁)..	54
Table 4.8 Validitas Instrumen per Butir Untuk Variabel Harga (X ₂).....	54
Table 4.9 Validitas Instrumen Per Butir Word of Mouth (X ₃)	55
Table 4.10 Validitas Instrumen Per Butir Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	55
Table 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Promosi Penjualan(X ₁)	56
Table 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Harga (X ₂)	56
Table 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X ₃).....	56
Table 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	57
Table 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	57
Table 4.16 Koefisien Determinasi Promosi Penjualan dengan Keputusan Pembelian	58
Table 4.17 Koefisien Determinasi Harga dengan Keputusan Pembelian	58
Table 4.18 Koefisien Determinasi Word of Mouth dengan Keputusan Pembelian ..	59
Table 4.19 Hasil Koefisien Determinasi Berganda.....	59
Table 4.20 Hasil Uji t	61
Table 4.21 Hasil Uji F	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara dengan Persentase Penggunaan E-Commerce Tertinggi di Dunia (April 2021)	1
Gambar 1.2 Grafik Jumlah Pengunjung Web Bulanan Per kuartal	3
Gambar 1.3 Brand Ambassador Tokopedia.....	5
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual Penelitian	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 2 Tabulasi Data Variabel Promosi Penjualan.....	73
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Harga	77
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Word of Mouth.....	81
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Keputusan pembelian	85
Lampiran 6 Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan, Harga, Word of Mouth, Keputusan Pembelian	90
Lampiran 7 Uji Reliabilitas Promosi Penjualan, Harga, Word Of Mouth, Keputusan Pembelian.....	93
Lampiran 8 Koefisien Determinasi (R ²)	94
Lampiran 9 Uji Hipotesis	95