

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE DI SHOPEE**

SKRIPSI



Oleh:

DIAN RISKY ROMADHONI

51418017

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN (KAMPUS KOTA MADIUN)
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2022**

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE DI SHOPEE**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen (Kampus Kota Madiun)**

**OLEH :
DIAN RISKY ROMADHONI**

51418017

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN (KAMPUS KOTA MADIUN)
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI SHOPEE**

Oleh:

DIAN RISKY ROMADHONI

51418017

Telah Disetujui dan Diterima Dengan Baik Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of a series of loops and a horizontal line extending to the left.

**Dra. Dyah Kurniawati, M.Si
NIDN. 0713126601**

Tanggal : 12 Oktober 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Dian Risky Romadhoni NIM 51418017

Telah diuji pada tanggal 12 Oktober 2022 dan dinyatakan lulus
oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Vivi Ariyani, S.E., M.Sc
NIDN. 0717128001

Mengetahui,


Dekan,

I. Ludovicus Lasdi, M.M., Ak., CA., CPA
NIDN. 0713097203


Ketua Program Studi,

Dra. Dyah Kurniawati, M.Si
NIDN. 0713126601

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun:

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dian Risky Romadhoni

NIM : 51418017

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Penjualan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun, 21 September 2022

Yang menyatakan,


(Dian Risky R)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas berkat dan rahmat Allah SWT, serta dukungan dari partisipasi dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Pengaruh Promosi Penjualan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee** sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa doa serta dukungan dari berbagai pihak. Pada penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan saran-saran dari berbagai pihak yang telah membantu dan memberikan semangat serta doa. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Orang tua tercinta, Bapak Agus Prajitno dan Almarhumah Ibu Samsiatun yang selalu ada setiap saat dari kecil hingga dewasa, memberikan kasih sayang dan dukungan doa selalu dalam menyusun skripsi.
2. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si. selaku dosen pembimbing dan selaku Ketua Program Studi Di Luar Kampus Utama (PSDKU) Manajemen yang telah sabar, ikhlas meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, semangat, motivasi, dan saran-saran yang sangat berharga selama proses menyusun skripsi.
3. Seluruh Bapak/Ibu dosen PSDKU Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama masa perkuliahan.
4. Bude tercinta senantiasa memberikan doa, semangat dan dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan selama dibangku perkuliahan.
5. Kakak tersayang Andika dan saudara-saudara yang selalu memberikan semangat, dukungan doa.
6. Seluruh keluarga yang telah memberikan semangat, dukungan doa dalam menyusun skripsi.

7. Sahabat-sahabatku Aliffia dan Aurellia terima kasih atas doa dan suportnya selama penyelesaian skripsi ini berlangsung.
8. Teman-teman seperjuangan Louis Arin, Irene Yessica, Febe Mei, Akib Hadi Daniel, dan seluruh teman-teman kelas A angkatan 2018 terima kasih menemani selama masa perkuliahan semoga kita semua diberikan kelancaran dalam menggapai impian.
9. Semua responden yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi koesioner guna membantu proses penyelesaian skripsi.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan doa, motivasi, serta bantuan sehingga skripsi ini mampu selesai.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mohon maaf atas segala kekurangan. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan rahmat-Nya kepada kita semua.

Madiun, 12 Oktober 2022

Penulis



Dian Risky Romadhoni

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pemasaran	6
2.1.2 Kemudahan Penggunaan.....	14
2.1.3 Keputusan Pembelian	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Pengembangan Hipotesis	19
2.3.1 Hubungan Antar Variabel.....	19
2.3.2 Rumusan Hipotesis	20
2.4 Model Penelitian.....	20
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Desain penelitian	22
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	22
3.2.1 Identifikasi Varibel Penelitian	22
3.2.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	23

3.3 Jenis dan Sumber Data	24
3.4 Metode Pengumpulan Data	25
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	25
3.5.1 Populasi.....	25
3.5.2 Sampel	26
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	26
3.6 Analisis Data	27
3.6.1 Uji Kualitas Data	27
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	27
3.6.3 Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda.....	28
3.6.4 Koefisien Determinasi R^2	28
3.6.5 Uji Hipotesis (Uji t)	28
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	31
4.1.1 Gambaran Umum Shopee.....	30
4.2 Deskripsi Data	31
4.2.1 Deskripsi Responden	31
4.2.2 Deskripsi Variabel	33
4.3 Hasil Analisis Data	38
4.3.1 Uji Kualitas Data	38
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	40
4.3.3 Uji Regresi Linier Berganda	42
4.3.4 Pengujian Hipotesis	43
4.4 Pembahasan	45
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	48
5.1 Simpulan.....	48
5.2 Keterbatasan	48
5.3 Saran Akademis.....	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	18
Tabel 3. 1 Skala Likert	25
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	31
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	32
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	32
Tabel 4. 5 Interval Penilaian	33
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap Variabel Promosi Penjualan	34
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kemudahan Penggunaan...	36
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	37
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	40
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas	40
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tahap-tahap Keputusan Pembelian.....	17
Gambar 2. 2 Model Penelitian	20
Gambar 3. 1 Kurva Penerimaan dan Penolakan H_0	29
Gambar 4. 1 Logo Shopee.....	30
Gambar 4. 2 Grafik Scatterplot	41
Gambar 4. 3 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Promosi Penjualan.....	44
Gambar 4. 4 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Kemudahan Pengunaan	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Karakteristik Responden

Lampiran 3 Jawaban Pertanyaan Variabel

Lampiran 4 Statistik Deskriptif

Lampiran 5 Uji Kualitas Data (Validitas dan Realibilitas)

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Regresi Linier Berganda dan Koefisien Determinasi

Lampiran 8 Tabel r dan Tabel t

Pengaruh Promosi Penjualan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis signifikansi pengaruh promosi penjualan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian Online di Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di Shopee sedangkan sampel yang digunakan didalam penelitian ini sebanyak 100 responden, dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menemukan bahwa variabel promosi penjualan dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian *online* di Shopee. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,454 artinya 45,4% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel promosi penjualan dan kemudahan penggunaan, sedangkan sisanya 44,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan dan Keputusan Pembelian

The Effect of Sales Promotion and Ease of Use on Online Purchase Decisions at Shopee

ABSTRACT

This study aims to analyze the significance of the influence of sales promotion and ease of use on online purchasing decisions at Shopee. The population in this study were consumers who had shopped at Shopee while the sample used in this study was 100 respondents, using purposive sampling method. The data analysis technique used multiple linear regression. The results of the study found that the variables of sales promotion and ease of use had a significant and positive effect on online purchasing decisions at Shopee. The value of the coefficient of determination (R^2) of 0,454 means that 45,4% of the purchasing decision variables are influenced by the sales and ease of use variables, while the rest are influenced by variables not examined in this study.

Keywords: Sales Promotion, Ease of Use and Purchase Decision