



**“PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM BERBELANJA DI TOKO
ONLINE JC”**

(Studi Kasus Pada Toko Online Jersey Clothing)

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

ANDI PERMATA
NIM. 131.041.1178

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2017**



**“PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM BERBELANJA DI TOKO
ONLINE JC”
(Studi Kasus Pada Toko Online Jersey Clothing)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

ANDI PERMATA
NIM. 131.041.1178

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2017**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : Andi Permata

NIM : 1310411178

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul **“PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM BERBELANJA DI TOKO ONLINE JC”** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keasliannya, keabsahannya, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hokum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Juli 2017
Yang menyatakan,

Andi Permata
NIM. 131.041.1178

SKRIPSI

PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN DISTRIBUSI TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM BERBELANJA
DI TOKO *ONLINE* JC
(Studi Kasus Pada Toko Online Jersey Clothing)

Oleh:

ANDI PERMATA
NIM. 131.041.1178

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Drs. M. Naely Azhad, M. Si

Dosen Pembimbing Pendamping : Ira Puspita Dewi, SE, MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul *Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Di Toko Online JC*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Sabtu

Tanggal : 29 Juli 2017

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Bayu Wijayanti, SE, MM
NIK. 1009661

Anggota 1,

Anggota 2,

Drs. M. Naely Azhad, M. Si
NPK. 196612311993031006

Ira Puspita Dewi, SE, MM
NPK. 19810727.1703795

Mengesahkan

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, SE, M. si.
NPK. 01 09 289

Drs. Anwar., Msc
NPK. 85 03 125

Motto dan Persembahan

Orang Berilmu tentu memiliki kepribadian tangguh, yang bisa membawa diri, keluarga dan orang lain menuju kebahagiaan serta bernilai manfaat bagi sesama

Persembahan

Skripsi Ini Kupersembahkan untuk:

*Allah SWT, Nabi Muhammad SAW, kedua orang tuaku tercinta Kamarudin (alm)
dan Fatimah, serta Mistadi, Kakakku tersayang
Dan tak lupa yang terkasih yang selalu menemani dan memberikan semangat
selama proses penyusunan skripsi ini
serta sahabat–sahabatku tercinta Bobby, Aulia Alif H. P, Khanza Nandra yang
selalu membantu dan
memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan, dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi terhadap Keputusan Konsumen dalam berbelanja di toko online JC”. Skripsi ini disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, doa, serta saran dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, SE, M. si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Drs. Anwar., Msc, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Drs. M. Naely Azhad, M. Si, pembimbing pertama yang telah memberikan banyak masukan selama penyusunan skripsi ini,
4. Ira Puspita Dewi, SE, MM, selaku dosen Pembimbing kedua yang telah memberikan banyak masukan selama penyusunan proposal skripsi ini
5. Bayu Wijayanti, SE, MM, selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak sekali masukan selama penyusunan skripsi ini.
6. Seno Sumowo, SE, MM, selaku dosen wali bagi penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
7. Seluruh dosen dan staf Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah membantu selama proses perkuliahan.
8. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis
9. Semua rekan mahasiswa Jurusan Manajemen, dan teman – teman lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu terima kasih atas bantuan dan kebersamaannya selama ini.
10. Seluruh responden yang telah rela meluangkan waktu untuk penulis, terima kasih atas kerjasamanya

11. Seluruh staf Tata Usaha dan perpustakaan atas segala bantuan selama proses pembuatan skripsi sampai selesai.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis membuka diri untuk segala saran dan kritik yang membangun. Peneliti berharap semoga proposal usulan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Jember, Juli 2017

Penulis,

Andi Permata
NIM. 131.041.1178

DAFTAR ISI

	<u>Halaman</u>
SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Teori	7
2.2.1 Pemasaran	6
2.2.2 Bauran Pemasaran	6
2.2.3 Keputusan Pembelian	15
2.2.4 Belanja Online	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Konseptual.....	23
2.4 Hipotesis	24
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Identifikasi Variabel	26
3.2.1 Variabel Bebas	26
3.2.2 Variabel Terikat	26

3.2	Definisi Operasional Variabel	26
3.3	Desain Penelitian	27
3.4	Jenis Data	28
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	28
3.5.1	Populasi	28
3.5.2	Sampel dan Teknik Pengambilan sampel	29
3.6	Teknik Pengambilan data	29
3.7	Teknik Analisis Data	30
3.7.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	30
3.7.2	Analisis Regresi Linier Berganda	31
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	31
3.7.4	Uji Hipotesis	33
3.7.5	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	34
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	31
4.1.1	Sejarah Toko Online	32
4.1.2	Struktur Organisasi	33
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	33
4.2.1	Analisis Deskriptif jawaban responden	33
4.3	Data Khusus	39
4.3.1	Analisis Data Uji Validitas dan Reliabilitas	39
4.3.2	Analisis Regresi linier berganda	43
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	44
4.4.4	Uji Hipotesis	47
4.4.5	Uji Koefisien Determinasi	49
4.4	Pembahasan	49
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	53
5.2	Saran	54
DAFTAR PUSTAKA		

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Penjualan Jersey Clothing	4
Tabel 2 Penilaian Jawaban	30
Tabel 3 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	36
Tabel 4 karakteristik responden berdasarkan usia	36
Tabel 5 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	37
Tabel 6 Data Deskriptif Variabel	37
Tabel 7 Kategori Variabel produk	38
Tabel 8 Kategori Variabel Harga	39
Tabel 9 Kategori Variabel Promosi	39
Tabel 10 Kategori Variabel Distribusi	40
Tabel 11 Kategori Variabel Keputusan Konsumen	41
Tabel 12 Hasil Analisis Uji Validitas	42
Tabel 13 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 14 Hasil Analisis Linier Berganda	43
Tabel 15 hasil uji normalitas	45
Tabel 15 hasil Uji Multikolinieritas	46
Tabel 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel 17 Hasil uji hipotesis.....	47
Tabel 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grafik Penggunaan Sosial Media di Indonesia	2
Gambar 2 Proses Keputusan Pembelian	17
Gambar 3 Kerangka Pemikiran Teoritis	22
Gambar 4 Bagan struktur <i>online shop</i> JC	32

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2000. Analisis Regresi, Teori, Kasus dan Solusi Edisi 2. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Ainun Fika Budi AS. 2015. Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Tokopedia.Com. Yogyakarta: UNY
- Azwar, Saifuddin. 2011. Reliabilitas dan Validitas, Edisi ketiga. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Buchari Alma. 2008. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Basu Swastha. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPEE
- Bayu Triyanto. 2014. *Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian*. Yogyakarta: UNY
- Cooper, Donald R. & Pamela S. Schindler. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Media Global.
- Doni Hariadi. 2012. *Pengaruh produk, harga, promosi, dan distribusi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk proyek microvision*. Surabaya: STIESIA
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Yogyakarta: Andi
- Ferdinand, Agusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi kedua. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Ed. 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendra Fure. 2009. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pembelian, Jurnal EMBA vol 1, Jurusan Manajemen Univ. Diponegoro, online, <http://ejurnal-s1.undip.ac.id/indeks.php/djom>

<http://m.techno.id/tech-new/sudah-2016-bbm-masih-jad-aplikasi-messenger>

[favoritorang-indonesia-160201vhtml](#)

- Jonthan, Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I* (Edisi 12). Terjemahan Oleh Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- _____. 2004. *“Principles of Marketing”*. 10th Ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- _____. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhallindo
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *“Marketing Management”*. 13rd Ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Made Novandri SN. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada HARPINDO JAYA Cabang Ngaliyan*. Skripsi : Universitas Diponegoro Semarang.
- Nabhan, Faris dan Enlik Kresnaini. 2005. Factor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pada rumah makan di Kota Batu. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Volume 6. Nomer 3. Universitas Gajayana Malang
- Nanang sutanto. 2013. *Pengaruh Harga, Produk, Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Laptop Merk Hp Di Kota Semarang*. Semarang: eprints.dinus.ac.id
- Randita Prihandani. 2016. *Fenomena Online Shop di Instagram*. Universitas Pasundan: respository.unpas.ac.id
- Ritawati Tedjakusuma, Sri Hartini, & Muryani. (2001). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya Surabaya*. *Jurnal Penelitian Dinamika sosial* Vol. 2 No. 3. Universitas Airlangga, Surabaya.
- Rusdi Dwi Iriansyah. 2015. *Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Sport 150cc Yamaha Di Semarang*. Semarang: Undip
- Rusydi Abubakar. 2005. *Pengaruh Pelaksanaan Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Jamu Di Banda Aceh*. *Jurnal Sistem Teknik Industri* Vol. 6 No. 3.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Siti Fatonah dan Sigit R. Soebandiono. 2010. *Analisis Faktor – faktor Marketing Mix*

Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Benih Jagung Hibrida Pioneer P21 Di Kabupaten Bantul. STIE "AUB". Surakarta.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Suhari, Yohanes. (2008). *Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Semarang: Universitas Stikubank Semarang.

Suhir, Imam Suyadi, dan Riyadi. Moch. *Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Malang: Universitas Brawijaya.

Sunarto, Andi. (2009). *Seluk Beluk E-Commerce*. Yogyakarta: Garailmu.

Stanton, W.J. 2008. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Suwandi, Imam Mulyanan Dwi. (2007). *Keputusan Pembelian Seri Manajemen Pemasaran*. [online] tersedia: <http://www.oeconomicus.files.wordpress.com>

www.apjii.or.id diakses pada hari Minggu 28 Mei 2017

Zikmund, William G., Barry J. Babin, Jon C. Carr, & Mitch Griffin. (2009). *"Business Research Methods"*. 8th Ed. South-Western College Pub.