

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *E-COMMERCE* SHOPEE
(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH JEMBER)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh : LOVIANA DIAH SAFITRI
18.1041.1073**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2022**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Loviana Diah Safitri
NIM : 18.1041.1073
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : Pengaruh Promosi, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *E-commerce* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember) 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 keaslian, keabsahan, 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 hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 30 Juni 2022

Yang menyatakan,



Loviana Diah Safitri

NIM. 18.1041.1073

PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *E-COMMERCE* SHOPEE (STUDI KASUS MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER)**

Oleh : LOVIANA DIAH SAFITRI

NIM : 18.1041.1073



Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Feti Fatimah, SE.,MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Yohanes Gunawan Wibowo, SE.,MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Analisis Pengaruh Promosi, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember) telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : KAMIS
Tanggal : 30 Juni 2022
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim penguji



Budi Santoso, S.E., M.M, M.Akun.

NPK. 1973100911139340

Anggota 1,



Feti Fatimah, S.E., M.M.

NPK. 1979052510709622

Anggota 2,



Yohanes Gunawan Wibowo, S.E., M.M.

NPK. 1984060411703794

Mengesahkan :



Maheni Ika Sari, S.E, MM
NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi,



Achmad Hasan Hafidzi, S.E., M.M.

NPK. 1986051411703796

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, dan kasihNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Promosi, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *E-commerce* Shopee (Study Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember) sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini penulis ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat yang tak terhingga. Terimakasih atas ridho dan kehendak-Mu sehingga hamba-Mu ini dapat menyelesaikan tugas akhir dengan sebaik mungkin.
2. Kedua orang tua ku tercinta Papa Dadang Eko Priyono dan Mama Citra Nostalia Lovi yang senantiasa memberi dukungan moril maupun materi, do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, selalu menyemangati dalam segala hal, dan selalu memberikan yang terbaik, serta cinta dan kasih sayang yang tulus. Terimakasih untuk segalanya Papa dan Mama. Ucapan terima kasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan yang kalian berikan untukku.
3. Saudaraku tersayang Adik Sovi Dwi Pramesti dan Gisela Paramitha Oktaviana yang senantiasa menghiburku. Semoga kalian menjadi orang yang sukses dan berbakti kepada kedua orang tua.
4. Keluarga besar Pak Purwasis dan Ibu Suciati terima kasih atas doa dan dukungannya, semoga kalian semua selalu bahagia.
5. Ibu Feti Fatimah, S.E., M.M. selaku Pembimbing 1 yang telah bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesuksesan dan kesempurnaan skripsi ini.
6. Bapak Yohanes Gunawan Wibowo, S.E., M.M. selaku Pembimbing 2 yang telah bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesuksesan dan kesempurnaan skripsi ini.
7. Seluruh Staf Pengajaran/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
8. Para responden Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, yang telah membantu penelitian skripsi ini. Terimakasih sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
9. Untuk Sahabat tercinta Sheila Meilana Rachmania Putri dan Devi Maulidiya Handayani yang selalu menemani, merangkul dan berjuang bersama dalam suka maupun duka menyusun skripsi dari awal sampai akhir. Terimakasih telah menjadi tempat keluh kesahku dan mewarnai hidupku.
10. Sahabat seperjuanganku Elok Susilawati yang telah menemaniku sejak menjadi Mahasiswa Baru sampai saat ini, semoga selalu bahagia dalam menjalani hidup.
11. Sahabat sepermainanku Anita Fransiska Dewi yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam penyusunan skripsi, semoga selalu bahagia dalam menjalani hidup.
12. Untuk teman – teman seperjuangan Prodi Manajemen 2018 terima kasih banyak bantuan dan kerja samanya selama ini dan semangat yang diberikan untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Semua pihak yang sudah membantu penulis selama penyelesaian tugas akhir ini.
14. Diri sendiri yang mau dan mampu bertahan, berjuang dan berusaha sekuat yang saya bisa. Tidak menyerah walau banyak rasa dan godaan yang datang untuk berhenti, terimakasih karena sudah bertahan untuk tetap kuat sampai detik ini.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(Q.S Al-Baqarah 286)

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu”
(Umar bin Khattab)

“Don't be insecure, hanya ada satu Maudy Ayunda di dunia, dan hanya ada satu orang seperti kamu di dunia. Buatlah diri kamu menjadi versi terbaik untuk dirimu sendiri”
(Loviana DS)



KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmad dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Promosi, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *E-commerce* Shopee (Study Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)”. Maksud dan tujuan dari penulis skripsi untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Jember. Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Hanafi M. Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember
2. Ibu Maheni Ika Sari, S.E, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
3. Bapak Achmad Hasan Hafidzi, S.E, MM, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
4. Bapak Budi Santoso, S.E, M.M, M.Akun, selaku dosen penguji, Ibu Feti Fatimah, SE.,MM, selaku pembimbing utama, dan Bapak Yohanes Gunawan Wibowo, SE.,MM, selaku pembimbing kedua pendamping skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini.
5. Kedua orang tua yang telah mendoakan dan mendukung untuk menyelesaikan skripsi ini
6. Serta seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu Penulis mengharapkan kritik dan masukan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, 30 Juni 2022

Penulis

Loviana Diah Safitri

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERNYATAAN	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Tinjauan Teori	5
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Kerangka Konseptual	16
2.4 Hipotesis Penelitian.....	17
BAB 3 METODE PENELITIAN	18
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	18
3.2 Jenis Penelitian	19
3.3 Populasi dan Sampel	19
3.4 Jenis Data	20
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	21
3.6 Teknik Analisis Data.....	21
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Gambaran umum lokasi penelitian.....	24
4.2 Analisis Data.....	25
4.3 Deskripsi Variabel.....	27
4.4 Uji Instrumen Data.....	30
4.5 Uji Asumsi Klasik	31
4.6 Analisis Data Regresi Linear Berganda	33
4.7 Pembahasan	35
BAB 5 KESIMPULAN	38
5.1 Kesimpulan.....	38
5.2 Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN 1: Kuisisioner Penelitian (<i>Online</i>)	42
LAMPIRAN 2 Rekapitulasi Kuisisioner	44
LAMPIRAN 3 Tabulasi Data Responden	47

LAMPIRAN 4 Distribusi Frekuensi Responden.....	49
LAMPIRAN 5 Uji Validitas.....	50
LAMPIRAN 6 Uji Reliabilitas.....	52
LAMPIRAN 7 Uji Asumsi Klasik.....	53
LAMPIRAN 8 Analisis Regresi Linear Berganda	55
LAMPIRAN 9 Uji Hipotesis (Uji t)	56
LAMPIRAN 10 Tabel r	57
LAMPIRAN 11 Tabel t.....	59
LAMPIRAN 12 Dokumentasi.....	61



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Award 2021 Kategori situs Jual Beli Online	2
Tabel 1.2 Data Survei Mahasiswa Pengguna <i>E-commerce</i>	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Skala Instrumen.....	21
Tabel 4.1 Responden Menurut Usia	26
Tabel 4.2 Responden Menurut Jenis Kelamin	26
Tabel 4.3 Responden Menurut Program Studi	27
Tabel 4.4 frekuensi penilaian responden terhadap promosi.....	27
Tabel 4.5 frekuensi penilaian responden terhadap citra merek	28
Tabel 4.6 frekuensi penilaian responden terhadap harga.....	29
Tabel 4.7 frekuensi penilaian responden terhadap keputusan pembelian	30
Tabel 4.8 validitas instrument	30
Tabel 4.9 reliabilitas instrument.....	31
Tabel 4.10 koefisien korelasi.....	32
Tabel 4.11 hasil analisis regresi linear berganda	33
Tabel 4.12 hasil Uji T	34



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Step-Step pada Keputusan Pembelian.....	11
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	16
Gambar 4.1 Logo SHOPEE.....	24
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	32
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	33



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Kuisisioner Penelitian (<i>Online</i>)	42
LAMPIRAN 2 Rekapitulasi Kuisisioner.....	44
LAMPIRAN 3 Tabulasi Data Responden	47
LAMPIRAN 4 Distribusi Frekuensi Responden.....	49
LAMPIRAN 5 Uji Validitas.....	50
LAMPIRAN 6 Uji Reliabilitas.....	52
LAMPIRAN 7 Uji Asumsi Klasik.....	53
LAMPIRAN 8 Analisis Regresi Linear Berganda	55
LAMPIRAN 9 Uji Hipotesis (Uji t)	56
LAMPIRAN 10 Tabel r	57
LAMPIRAN 11 Tabel t.....	59
LAMPIRAN 12 Dokumentasi.....	61

