



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA KELOMPOK  
REMAJA**

**RIZKY**

**1610111054**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2020**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA KELOMPOK REMAJA**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**RIZKY**

**1610111054**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2020**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Rizky

NIM : 1610111054

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 15 Juli 2020

Yang menyatakan,



(Rizky)

**PERNYATAAN PERSETUJUAAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizky  
NIM : 1610111054  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara *Online*  
Pada Kelompok Remaja**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 Juli 2020

Yang menyatakan,

A 6000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp is green and purple, with the text 'METERAI TEMPEL' at the top, '6000' in the center, and 'RUPIAH' at the bottom. The signature is in black ink.

(Rizky)

# SKRIPSI

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA KELOMPOK REMAJA

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**RIZKY 1610111054**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 12 Juli 2020 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Drs. Nobelson, M.M  
Ketua Penguji



Renny Hesniati, SE, MM.  
Penguji I



Diana Triwardhani SE, MM  
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Desmintari, S.E., M.M  
Ketua Jurusan Manajemen



Wahyudi, S.E., M.M  
Ketua Program Studi Manajemen  
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 12 Juli 2020

# ***Factors That Influence Online Purchasing Decisions in Youth Groups***

***By***

**Rizky Wijaya**

## ***Abstract***

*This study uses quantitative descriptive methods conducted at Shopee e-commerce. Shopee, one of the e-commerce companies, is a mobile market in the Shopee application, which was first launched in December 2015. The purpose of this research is to study and prove whether purchases at Shopee e-commerce are in accordance with promotions, prices, and trust. The population in this study is a group of teenagers who have shopped online at Shopee. Samples taken were 75 respondents by random sampling method. By distributing questionnaires to groups of teenagers who have shopped online at Shopee during the data collection process. The data analysis technique used is descriptive analysis and inferential analysis with the analytical tool used is PLS (Partial Least Square). The results showed that the variable price promotion and trust determine and significant to the purchase decision.*

***Keywords: Promotion, Price, Trust, Purchase Decision***

# **Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Kelompok Remaja**

Oleh  
**Rizky Wijaya**

## **Abstrak**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang dilakukan pada *e-commerce* Shopee. Shopee merupakan salah satu perusahaan *e-commerce* berupa *mobile marketplace* pada aplikasi Shopee yang pertama kali diluncurkan pada Desember 2015. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan membuktikan apakah keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee ini dipengaruhi oleh promosi, harga, dan kepercayaan. Populasi dalam penelitian ini yaitu kelompok remaja yang pernah berbelanja *online* di Shopee. Sampel yang diambil sebanyak 75 orang responden dengan metode random sampling. Dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada kelompok remaja yang pernah berbelanja *online* di Shopee saat proses pengumpulan data berlangsung. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial dengan alat analisis yang digunakan adalah PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi harga dan kepercayaan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci : Promosi, Harga, Kepercayaan, Keputusan Pembelian**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971  
Laman : www.upnvj.ac.id, e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GENAP TA. 2019/2020**

Hari ini Senin tanggal 14 Juni 2020, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Rizky

NIM : 1610111051

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut : Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara *online* pada kelompok remaja.

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* \*)

**Penguji**

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Nobelson, M.M	Ketua	1.
2	Renny Hesniati, SE, MM.	Anggota I	2.
3	Diana Triwardhani, SE, MM.	Anggota II **)	3.

**Keterangan :**

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 06 Juli 2020  
Mengesahkan  
A.n. Dekan  
Kaprosdi. Manajemen S.1

Wahyudi.,SE.,MM



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan dengan judul **“Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online Kelompok Remaja”**. Dengan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Ariefiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dan Bapak Wahyudi S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Ucapan terimakasih juga saya sampaikan kepada ibu Diana Triwardhani S.E, M.M., dan ibu Yuliniar S.E, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan saran-saran bermanfaat untuk skripsi saya, serta kepada seluruh tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bimbingan dan bantuan akademik selama masa perkuliahan

Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada orang tua tercinta Bapak Yos Dharma Wijaya dan Ibu Rina Oktarina, serta keluarga tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan usulan penelitian ini. Penulis juga menyampaikan ucapan terimakasih kepada teman-teman tersayang Lambe UPN, sahabat No Maden No Life, sahabat Pemburu Hantu, Muhammad Asri Fadli dan IU yang telah menemani dan memberikan dukungan kepada penulis selama menulis skripsi ini, serta teman-teman lain yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat pada bidangnya di masa yang akan datang.

Jakarta, 20 Juni 2020

Rizky

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Perumusan Masalah .....	8
I.3. Tujuan Penelitian.....	8
I.4. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
II.1. Tinjauan Pustaka .....	10
II.1.1. Teori Manajemen Pemasaran .....	10
II.1.1.2. Pemasaran Elektronik ( <i>E-marketing</i> ) .....	10
II.1.1.3. Perdagangan Elektronik ( <i>E-commerce</i> ) .....	11
II.1.2. Keputusan Pembelian .....	12
II.1.2.1. Tahapan Proses Keputusan Pembelian .....	12
II.1.2.3 Faktor-Faktor Utama Penentu Keputusan Pembelian Konsumen .....	13
II.1.2.3. Indikator Keputusan Pembelian .....	13
II.2.2. Promosi .....	14
II.2.2.1. Tujuan Promosi .....	15
II.2.2.2 Bauran Promosi .....	16
II.2.2.3 Indikator Promosi <i>Online</i> .....	17
II.2.3. Harga.....	18
II.2.3.1 Startegi Penentuan Harga.....	18
II.2.3.2. Tujuan Penetapan Harga .....	19
II.2.3.3. Dimensi Harga.....	20
II.2.3.4. Indikator harga .....	20
II.2.4. Kepercayaan .....	21
II.2.4.1 Manfaat Kepercayaan .....	22
II.2.4.2. Jenis Kepercayaan .....	23
II.4.4. Dimensi Kepercayaan .....	24
II.5. Promosi dan keputusan pembelian .....	25
II.6. Harga dan keputusan pembelian .....	26
II.7. Kepercayaan dan keputusan pembelian.....	26
II.8. Kerangka Pemikiran .....	27

II.7. Hipotesis .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
III.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
III.1.1. Definisi Operasional.....	29
III.1.2. Pengukuran Variabel .....	30
III.2. Populasi dan Sampel .....	30
III.2.1. Populasi .....	30
III.2.2. Sampel .....	31
III.3. Teknik Pengumpulan Data .....	31
III.3.1. Jenis Data.....	31
III.3.2. Sumber Data.....	32
III.3.3. Pengumpulan Data .....	32
III.4. Teknik Analisis Data.....	34
III.4.1. Analisis Deskriptif.....	34
III.4.1.2 Analisis Inferensial.....	35
III.4.2. Uji Hipotesis .....	40
III.4.2.1 Uji Statistik t .....	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
IV.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	41
IV.2. Deskripsi Penelitian .....	42
IV.2.1. Data Deskripsi Responden .....	42
IV.3. Teknik Analisis Data.....	45
IV.3.1. Analisis Deskriptif .....	45
IV.3.2. Analisis Inferensial .....	49
IV.3.3. Uji Hipotesis .....	60
IV.4. Pembahasan .....	62
IV.4.1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara <i>Online</i> Pada Kelompok Remaja di Shopee.....	62
IV.4.2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Secara <i>Online</i> Pada Kelompok Remaja di Shopee.....	63
IV.4.3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap keputusan Pembelian Secara <i>Online</i> Pada Kelompok Remaja di Shopee .....	64
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>65</b>
V.1. Simpulan.....	65
V.2. Keterbatasan Penelitian .....	66
V.3. Saran.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>68</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pengukuran Variabel .....	30
Tabel 2. Bobot Penilaian Berdasarkan Skala Likert .....	33
Tabel 3. Kisi- kisi Instrumen penelitian.....	33
Tabel 4. Bobot Penilaian Berdasarkan Skala Likert .....	34
Tabel 5. Interpretasi Nilai Presentase Responden .....	35
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Perangkat .....	42
Tabel 7. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	43
Tabel 8. Karakteristik Responden Menurut Jenis usia .....	43
Tabel 9. Karakteristik Responden Menurut Penghasilan.....	44
Tabel 10. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	44
Tabel 11. Interpretasi Nilai Indeks Jawaban Responden .....	45
Tabel 12. Hasil tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian ....	46
Tabel 13. Hasil tanggapan responden terhadap variabel promosi .....	47
Tabel 14. Hasil tanggapan responden terhadap variabel harga .....	48
Tabel 15. Hasil tanggapan responden terhadap variabel kepercayaan .....	49
Tabel 16. Outer loading factor.....	56
Tabel 17. Fornell-Lacker Criterium.....	57
Tabel 18. Average Variance Extracted (AVE).....	58
Tabel 19. Composite Reliability (CR) .....	58
Tabel 20. Croancbach Alpha .....	59
Tabel 21. R-Square .....	59
Tabel 22. Uji Statistik t .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia .....	1
Gambar 2. Penetrasi Pengguna Internet Berdasarkan Umur.....	2
Gambar 3. Layanan E-commerce yang paling sering digunakan.....	3
Gambar 4. Alasan menyukai layanan e-commerce .....	4
Gambar 5. Perbandingan harga di e-commerce .....	5
Gambar 6. Langkah – langkah PLS .....	36
Gambar 7. Konstruksi Diagram Jalur .....	37
Gambar 8. Rancangan Inner Model.....	50
Gambar 9. Outer model keputusan pembelian .....	51
Gambar 10. Outer model promosi .....	51
Gambar 11. Outer model harga .....	52
Gambar 12. Outer model kepercayaan.....	52
Gambar 13. Konstruksi diagram jalur.....	53
Gambar 14. Outer model.....	54
Gambar 15. Inner model .....	61

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3. Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuisisioner 75 Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Deskriptif Data Penelitian
- Lampiran 7. Hasil Analisis Inferensial
- Lampiran 8. T Tabel dan R Tabel
- Lampiran 9. Hasil Turnitin