



**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 Ekslusif (*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,



(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

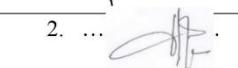
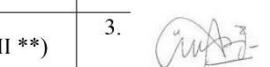
NIM : 1610111051

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 ***)

Pengaji

No.	Dosen Pengaji	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

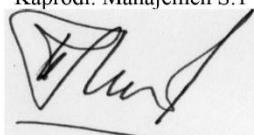
**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 06 Juli 2020

Mengesahkan

A.n. Dekan

Kaprodi. 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. Dianwicaksih Arieftiara, 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 Yuliniaar 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

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Perumusan Masalah	8
I.3. Tujuan Penelitian	8
I.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
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
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
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
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
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
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	65
V.1. Simpulan.....	65
V.2. Keterbatasan Penelitian	66
V.3. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pengukuran Variabel	30
Tabel 2. Bobot Penilaian Berdarkan Skala Likert	33
Tabel 3. Kisi- kisi Instrumen penelitian.....	33
Tabel 4. Bobot Penilaian Berdarkan 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. Konstruk 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. Konstruk 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. Kuisioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuisioner 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