

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS  
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI  
APLIKASI SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)**



**Oleh:**

**NAILIL ADHAWIYAH**

**NPM: 14.1.02.08899**

**Program Studi: Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2018**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS  
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI  
APLIKASI SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)**



Oleh:

**NAILIL ADHAWIYAH**

**NPM: 14.1.02.08899**

**Program Studi: Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2018**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS  
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI  
APLIKASI SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi: Manajemen  
Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**

**Oleh:**

**NAILIL ADHAWIYAH**

**NPM: 14.1.02.08899**

**Program Studi: Manajemen  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)  
SURABAYA**

**2018**

iii

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, KEPERCAYAAN, DAN  
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MELALUI APLIKASI SHOPPEE  
(Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)**

**Dipersiapkan dan disusun oleh :**

**NAILIL ADHAWIYAH  
NPM : 14.1.02.08899**

**Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji  
Pada Tanggal 21 April 2018**

**Susunan Tim Penguji :**

**Ketua : Prof. Ir. Hening Widi Oetomo, M.M., Ph.D.**

**Anggota : 1. Dra. Tri Yuniati, M.M.**

**2. Dr. Ir. Imam Hidayat, M.M.**

**Dinyatakan memenuhi syarat dan diterima**

**Oleh:**

**Dosen Pembimbing**



**Dra. Tri Yuniati, M.M.**

**Ketua Program Studi S1 Manajemen**



**Dr. Triyonowati, S.E., M.Si.**

**Ketua STIESIA**



**Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **NAILIL ADHAWIYAH**

NPM : **14.1.02.08899**

menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI APLIKASI SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)**

Diajukan untuk diuji pada tanggal 21 April 2018 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 21 April 2018

Yang membuat pernyataan



**NAILIL ADHAWIYAH**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Nailil Adhawiyah  
NPM : 14.1.02.08899  
Program Studi : Manajemen  
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 28 - Januari - 1996  
Agama : Islam  
Jumlah Saudara/Anak ke : 3 / Anak ke 3  
Alamat Rumah : Jl. Sidosermo 4 Gg III No.22  
Status : Mahasiswi

### B. ORANG TUA

Nama : H. Abdul Chamid  
Alamat Rumah/Telepon : Jl.Sidosermo 4 Gg III No.22 / (031) 8410414  
Alamat Kantor/Telepon :  
Pekerjaan/Jabatan : Wiraswasta

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SD An Najiyah tahun 2008.
2. Tamat SLTP di SMP Muhammadiyah 4 Gadung Surabaya tahun 2011.
3. Tamat SLTA di SMA Negeri 20 Surabaya tahun 2014.
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I - VII	2014 - 2018	-

### D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hidayat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH HARGA, PROMOSI, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI APLIKASI SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)”** dengan baik.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dr. Triyonowati, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
3. Ibu Dra. Tri Yuniati, M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan dorongan semangat dengan penuh kesabaran kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi.
4. Ibu Dr. Prijati, S.E., M.M. selaku dosen wali yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan pada saat perwalian berlangsung

5. Bapak dan Ibu dosen serta para staf STIESIA Surabaya kiranya telah memberikan ilmu dan pengetahuan pada penulis, selama menimba ilmu di kampus STIESIA Surabaya.
6. Kepada kedua orang tua saya yaitu Abdul Chamid dan Fatichah yang selama ini selalu memberikan doa, dukungan serta bantuan kepada saya dalam menempuh pendidikan baik secara moril maupun materil. Dan juga kepada kakak saya Luluk Farida dan Zaenal Abidin serta saudara-saudara dan seluruh keluarga lainnya yang selalu memberikan motivasi dan doa untuk saya agar dapat menyelesaikan pendidikan sarjana dengan baik.
7. Sahabat – sahabat saya tercinta Fransisca Febriana, Farista Aulia, Anta Miftahkhur Rohman, Eko Wahyu, Yuan Patra, Wisnoe Satria, John Simon, Nadya Oktavia, Devita Ayu, Eripka Br S, Silvi Eka. Yang tak henti memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis, sampai terselesaikan skripsi ini.
8. Seluruh kawan seperjuangan saya SM5 angkatan 2014 yang bersama – sama berjuang dalam menempuh ilmu perkuliahan selama ini serta memberikan doa, motivasi dan dukungan kepada saya dalam penyelesaian penelitian skripsi ini.

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca, terimakasih.

Surabaya, 22 Februari 2018

Nailil Adhawiyah



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG LUAR SKRIPSI .....	i
HALAMAN SAMBUNG DALAM SKRIPSI .....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
<b>BAB 1 : PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	9
<b>BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>11</b>
2.1 Tinjauan Teoritis .....	11
2.1.1 Pemasaran .....	11
1. Pengertian Pemasaran .....	11
2.1.2 Pemasaran <i>Online</i> .....	12
1. Pengertian Pemasaran <i>Online</i> .....	12
2. Wilayah Pemasaran <i>Online</i> .....	13
3. Manfaat Pemasaran <i>Online</i> .....	14
2.1.3 Perilaku Konsumen .....	15
1. Pengertian Perilaku konsumen .....	15
2. Model-model Perilaku Konsumen .....	17
2.1.4 Harga .....	20
1. Pengertian Harga .....	20
2. Tujuan Penetapan Harga .....	21
3. Faktor Biaya dalam Penetapan Harga .....	22
4. Indikator Harga.....	22
2.1.5 Promosi .....	23
1. Pengertian Promosi.....	23
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Promotional Mix	24
3. Tujuan Promosi .....	25
4. Bauran Promosi .....	26

5. Indikator Promosi .....	27
2.1.6 Kepercayaan .....	27
1. Pengertian Kepercayaan .....	27
2. Indikator Kepercayaan .....	28
2.1.7 Kualitas Informasi.....	28
1. Pengertian Kualitas Informasi .....	28
2. Indikator Kualitas Informasi .....	29
2.1.8 Keputusan Pembelian .....	29
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	29
2. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	30
3. Indikator Keputusan Pembelian .....	36
2.1.9 Penelitian Terdahulu .....	36
2.2 Rerangka Pemikiran .....	38
2.3 Rerangka Konseptual .....	39
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	39
2.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	40
2.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	40
2.3.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian .....	41
4.3.4 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian .....	42
<b>BAB 3 : METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran Dari Populasi (Obyek) Penelitian .....	44
3.1.1 Jenis Penelitian .....	44
3.1.2 Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian .....	44
3.2 Teknik Pengambilan Sampel .....	45
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.3.1 Jenis Data .....	46
3.3.2 Sumber Data .....	46
3.3.3 Teknik pengumpulan Data .....	47
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	47
3.4.1 Variabel .....	48
3.4.2 Devinisi Operasional Variabel .....	48
1. Harga (H) .....	48
2. Promosi (P) .....	49
3. Kepercayaan (KPC) .....	50
4. Kualitas Informasi (KI) .....	50
5. Keputusan Pembelian (KP) .....	51
3.5 Teknik Analisis Data .....	52
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	52
3.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	53
1. Uji Validitas .....	53
2. Uji Reliabilitas.....	53

3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	54
3.5.4 Uji Kelayakan Model .....	55
1. Uji F .....	55
2. Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) .....	56
3.5.5 Uji Asumsi Klasik .....	56
1. Uji Normalitas .....	56
2. Uji Multikolinieritas .....	57
3. Uji Heterokedastisitas.....	58
3.5.6 Uji Hipotesis Penelitian (Uji t) .....	58
<b>BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	60
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	60
1. Metode Penjualan .....	60
2. Visi dan Misi .....	62
4.1.2 Gambaran Umum Subyek Penelitian .....	63
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	63
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Pendidikan .....	64
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian .....	65
4.1.3 Analisis Hasil Deskriptif Penelitian .....	65
1. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Harga .....	67
2. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Promosi .....	69
3. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Kepercayaan .....	72
4. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Kualitas Informasi .....	74
5. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Keputusan Pembelian .....	76
4.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	79
1. Uji Validitas.....	79
2. Uji Reliabilitas .....	81
4.1.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	81
4.1.6 Uji Kelayakan Model .....	84
1. Uji F.....	84
2. Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) .....	85
4.1.7 Uji Asumsi Klasik .....	87
1. Uji Normalitas .....	87
2. Uji Multikolinieritas .....	89
3. Uji Heterokedastisitas.....	90
4.1.8 Uji Hipotesis Penelitian (Uji t) .....	91
4.2 Pembahasan .....	93
4.2.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	93

4.2.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	94
4.2.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	95
4.2.4 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	96
<b>BAB 5 : PENUTUP</b> .....	98
5.1 Simpulan .....	98
5.2 Keterbatasan .....	99
5.3 Saran .....	99
JADWAL PENELITIAN .....	101
DAFTAR PUSTAKA .....	102
LAMPIRAN .....	105



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1 Penelitian Terdahulu .....	37
2 Skala Likert .....	47
3 Pedoman untuk Memberikan Nilai Interpretasi Terhadap Reliabilitas (Alpha).....	54
4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
5 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Pendidikan.....	64
6 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	65
7 Kelas Interval.....	66
8 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Harga .....	67
9 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Promosi.....	70
10 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kepercayaan .....	72
11 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kualitas Informasi .....	75
12 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Keputusan Pembelian.....	77
13 Hasil Uji Validitas .....	80
14 Hasil Uji Reliabilitas .....	81
15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	82
16 Hasil Uji F .....	85
17 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	86
18 Hasil Uji Normalitas.....	87
19 Hasil Uji Multikolinieritas .....	89
20 Hasil Uji Hipotesis Penelitian .....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1 Wilayah Online .....	13
2 Rerangka Pemikiran .....	38
3 Rerangka Konseptual .....	39
4 Jumlah Unduhan Shopee di Google Play Store .....	61
5 Normal P-P Plot Of Regression .....	88
6 Scatterplot Uji Heterokedastisitas .....	90



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Kuisisioner .....	105
2 Tabulasi Hasil Kuisisioner .....	109
3 Frekuensi Data .....	112
4 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	118
5 Hasil Regresi .....	120
6 Grafik Normal Plot .....	123
7 Grafik Scatterplot .....	124
8 Surat Tugas Bimbingan Penulisan Skripsi .....	125
9 Surat Ijin Riset .....	126
10 Surat Selesai Riset .....	127
11 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi .....	128
12 Berita Acara Bimbingan Skripsi .....	129
12 Foto Copy Sertifikat Seminar Ekuitas .....	130