

**ANALISIS MODEL AISAS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM PENGGUNAAN SEO
(Kajian Empiris Konsumen Di Surabaya)**



Oleh :

HABIB ADLAN

NPM : 14.1.02.08825

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

STIESIA SURABAYA

2020

**ANALISIS MODEL AISAS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM PENGGUNAAN SEO
(Kajian Empiris Konsumen Di Surabaya)**



Oleh :

HABIB ADLAN

NPM : 14.1.02.08825

Program Studi: Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA
2020**

**ANALISIS MODEL AISAS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM PENGGUNAAN SEO
(Kajian Empiris Konsumen Di Surabaya)**

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi: Manajemen

Konsentrasi: Manajemen Pemasaran

Oleh :

HABIB ADLAN

NPM : 14.1.02.08825

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA
2020**

**ANALISIS MODEL AISAS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM PENGGUNAAN SEO
(Kajian Empiris Konsumen Di Surabaya)**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

HABIB ADLAN

NPM : 14.1.02.08825

**Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji
Pada Tanggal 14 Maret 2020**

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Triyonowati, M.Si

Anggota : 1. Dr. Asmara Indahingwati, S.E., S.Pd., M.M

2. Krido Eko Cahyono, SE., M.M

Dinyatakan memenuhi syarat dan diterima

Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Asmara Indahingwati, S.E., S.Pd., M.M.

Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua STIESIA



Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **HABIB ADLAN**

N.P.M : **14.1.02.08825**

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

ANALISIS MODEL AISAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM PENGGUNAAN SEO (Kajian Empiris Konsumen Di Surabaya)

Digunakan untuk diuji pada tanggal 14 Maret 2020 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 peneliti aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, 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, 14 Maret 2020



Habib Adlan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Habib Adlan
NPM : 14.1.02.08825
Program Studi : S1-Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 26 Desember 1994
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak ke : Anak ke 3 dari 4 bersaudara
Alamat Rumah : Medayu Utara Gg.23 No.29, Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Drs. Adlan Ashodiq, M.M
Alamat Rumah/Telepon : Medayu Utara Gg.23 No.29, Surabaya
Alamat Kantor/Telepon : -
Pekerjaan/Jabatan : Pensiunan Guru

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SDN Kendang Sari V Surabaya Tahun 2007
2. Tamat MTsN 1 Surabaya Tahun 2010
3. Tamat MAN Surabaya Tahun 2013
4. Pendidikan Tinggi (PT)

| Nama | Tempat | Semester | Tahun | Keterangan |
|---------|----------|----------|-------|------------|
| STIESIA | Surabaya | I-X | 2014 | - |

Dibuat dengan sebenarnya



HABIB ADLAN

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penyusunan skripsi yang berjudul **“ANALISIS MODEL AISAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM PENGGUNAAN SEO (Kajian Empiris Konsumen Di Surabaya)”** dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, yang telah membimbing umatnya menuju jalan yang benar.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penulis menyadari bahwa telah banyak pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

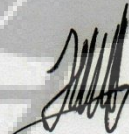
1. Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Ketua STIESIA Surabaya.
2. Dr. Suwitho, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen STIESIA Surabaya dan dosen wali kelas SM 2014.
3. Dr. Asmara Indahingwati, S.E., S.Pd., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar, tekun, tulus, dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran kepada penulis selama menyusun skripsi.
4. Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Kedua Orang tua saya Drs. Adlan Ashodiq, M.M dan Purwati yang sangat banyak memberikan bantuan moril, material, arahan, dan selalu mendoakan keberhasilan dan keselamatan selama menempuh pendidikan.
6. Kepada saudara saya Hanif Adlan dan Adillah Adlan dan Haris Adlan yang telah memberikan motivasi dan dukungan moril serta doa demi terselesainya penulisan skripsi ini.

7. Teman teman ku Arif, Rizal, Calvin, Fabtaghun, Ricky dan lain lain yang telah banyak memberikan masukan dan support kepada penulis baik selama perkuliahan maupun dalam penulisan skripsi.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Besar harapan penulis semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat dan bisa membantu guna mengembangkan ilmu dan pengetahuan di masa yang akan datang. terima kasih.

Surabaya, 13 Maret 2020

Peneliti,



Habib Adlan

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| HALAMAN SAMPEL LUAR SKRIPSI | i |
| HALAMAN SAMPEL DALAM SKRIPSI..... | ii |
| HALAMAN JUDUL | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | v |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| ABSTRAK | xiv |
| ABSTRACT | xv |
| BAB 1 PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 9 |
| 1.5 Ruang Lingkup Penelitian..... | 10 |
| BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.. | 11 |
| 2.1 Tinjauan Teoritis | 11 |
| 2.1.1 Pemasaran..... | 11 |
| 2.1.2 Internet Marketing | 12 |
| 2.1.3 Electronic Commerce..... | 15 |
| 2.1.3.1 Alur Kegiatan Electronic Commerce..... | 16 |
| 2.1.4 Search Engine Optimization..... | 24 |
| 2.1.5 Komunikasi Pemasaran..... | 28 |
| 2.1.6 AISAS Model..... | 30 |
| 2.1.6.1. Alur Interaksi model AISAS | 33 |
| 2.1.7 Pengambilan Keputusan Pembelian..... | 36 |
| 2.1.8 Penelitian terdahulu | 39 |
| 2.1.9 Hubungan antar variabel | 41 |
| 2.1.9.1 Attention terhadap pengambilan keputusan pembelian ... | 41 |
| 2.1.9.2 Interest terhadap pengambilan keputusan pembelian | 42 |
| 2.1.9.3 Search terhadap pengambilan keputusan pembelian | 43 |
| 2.1.9.4 Action terhadap pengambilan keputusan pembelian | 43 |
| 2.1.9.5 Share terhadap pengambilan keputusan pembelian | 44 |
| 2.2. Kerangka Pemikiran | 46 |

| | |
|--|-----------|
| 2.3. Pengembangan Hipotesis | 46 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN | 48 |
| 3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian | 48 |
| 3.2 Teknik Pengambilan Sampel | 48 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data..... | 50 |
| 3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel | 51 |
| 3.5 Teknik Analisis Data | 54 |
| 3.5.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas..... | 54 |
| 3.5.2 Statistik Deskriptif | 55 |
| 3.5.3 Analisis Regresi..... | 55 |
| 3.5.4 Uji Asumsi Klasik..... | 56 |
| 3.5.5 Uji Kelayakan Model..... | 58 |
| 3.5.5.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)..... | 58 |
| 3.5.5.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t) | 59 |
| 3.5.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 59 |
| BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 61 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 61 |
| 4.1.1 Gambaran umum responden penelitian | 61 |
| 4.1.2 Karakteristik Responden | 61 |
| 4.1.3 Statistik deskriptif..... | 66 |
| 4.1.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas..... | 71 |
| 4.1.5 Analisis Regresi..... | 72 |
| 4.1.6 Uji Asumsi klasik | 73 |
| 4.1.7 Uji Kelayakan Model..... | 77 |
| 4.2 Pembahasan..... | 80 |
| 4.2.1 Pengaruh Attention terhadap Keputusan Pembelian | 81 |
| 4.2.2 Pengaruh Interest terhadap Keputusan Pembelian | 81 |
| 4.2.3 Pengaruh Search terhadap Keputusan Pembelian | 82 |
| 4.2.4 Pengaruh Action terhadap Keputusan Pembelian | 82 |
| 4.2.5 Pengaruh Share terhadap Keputusan Pembelian | 83 |
| BAB 5 PENUTUPAN | 85 |
| 5.1 Kesimpulan | 85 |
| 5.2 Keterbatasan Penelitian..... | 86 |
| 5.3 Saran | 86 |
| JADWAL PENELITIAN | 87 |
| DAFTAR PUSTAKA | 88 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN..... | 90 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Hal |
|---|-----|
| 1. Dampak Internet Pada Pertumbuhan Ekonomi Negara-Negara Asia | 3 |
| 2. Penelitian Terdahulu | 40 |
| 3. Skala Linkert | 51 |
| 4. Jenis Kelamin Responden | 62 |
| 5. Usia Responden | 62 |
| 6. Pendidikan Responden | 63 |
| 7. Pekerjaan Responden | 64 |
| 8. Penghasilan Responden..... | 65 |
| 9. Seringnya Berbelanja Online Responden | 66 |
| 10. Statistik Deskriptif | 66 |
| 11. Distribusi Frekuensi Variabel Attention | 67 |
| 12. Distribusi Frekuensi Variabel Interest | 68 |
| 13. Distribusi Frekuensi Variabel Search | 69 |
| 14. Distribusi Frekuensi Variabel Action | 69 |
| 15. Distribusi Frekuensi Variabel Share | 70 |
| 16. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian | 70 |
| 17. Hasil Uji Valaditas..... | 71 |
| 18. Hasil Uji Reabilitas | 72 |
| 19. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda | 72 |
| 20. Hasil Uji Multikolinieritas | 76 |
| 21. Hasil Uji Statistik F | 78 |
| 22. Hasil Uji Statistik t..... | 78 |
| 23. Hasil Uji Koefisien Determinasi | 80 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Hal |
|--|-----|
| 1. Grafik Pengguna Internet di Indonesia | 2 |
| 2. Grafik Sepuluh Negara dengan Pertumbuhan <i>E-commerce</i> Tercepat .. | 5 |
| 3. Alur kerja pada <i>E-commerce</i> | 19 |
| 4. <i>E-Commerce</i> B2B..... | 20 |
| 5. <i>E-Commerce</i> B2C..... | 21 |
| 6. <i>E-Commerce</i> C2C..... | 22 |
| 7. <i>E-Commerce</i> C2B..... | 23 |
| 8. Alur proses pada <i>SEO</i> | 26 |
| 9. Model <i>AIDMA</i> (<i>Attention, Interest, Desire, Memory, Action</i>) | 31 |
| 10. Model <i>AISAS</i> (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>) | 31 |
| 11. Model <i>AIDMA</i> dan Model <i>AISAS</i> | 32 |
| 12. <i>AISAS</i> sebagai model <i>non linier</i> | 33 |
| 13. Proses Keputusan Pembeli Konsumen..... | 37 |
| 14. Kerangka konseptual..... | 46 |
| 15. Grafik Normal P-P Plot..... | 74 |
| 16. Grafik Histogram..... | 75 |
| 17. Grafik scatterplot..... | 77 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Hal |
|---------------------------------|-----|
| 1. Kuesioner..... | 91 |
| 2. Daftar Hasil Kuesioner | 94 |

