

**ANALISIS PENGARUH DISKON, PROMOSI DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PENGGUNA APLIKASI SHOPEE
(Study Pada Mahasiswa STIE MALANGKUÇEÇWARA)**

SKRIPSI

*Untuk Memenuhi Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen*



Oleh:

NICA AYU RUSITA AMELIA

K.2016.1.33830

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

MALANGKUÇEÇWARA

MALANG

2020

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 18 Agustus 2020



Mahasiswa

ttg

Nica Ayu R. A
NPK: K.2016.1.33830

SURAT KETERANGAN RISET

Perkumpulan Pengelola Pendidikan Malangkuçęwara (P3M)

 **STIE MALANGKUÇĘWARA**
dr. ABM School of Economics

  Terakreditasi "A" AKUNTANSI, 3033/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2018
Terakreditasi "A" MANAJEMEN, 2812/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2018

SURAT KETERANGAN
Nomor: 0566.16/BAAK/VIII/2020

Ketua Jurusan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçęwara Malang menerangkan bahwa:

Nama : Nica Ayu Rusita Amelia
NPK : K.2016.1.33830
Jurusan : Manajemen
Alamat : Jl. Jenggala 85, Dusun Blijo, Desa Sebanı, Kec. Tarik, Kab. Sidoarjo

Adalah mahasiswa STIE Malangkuçęwara yang telah mengadakan riset dengan data diambil dari STIE Malangkuçęwara, untuk menyelesaikan tugas akhir dengan judul:

ANALISIS PENGARUH DISKON PROMOSI DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE" (Study pada Mahasiswa STIE Malangkuçęwara)

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

 10 Agustus 2020
Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Lindananty, MM
NIK.202.710.194

Jalan Terusan Candi Kalesan
Malang - Indonesia (65142) Telp. 02 341 491013 (Runting)
Fax 02 341 495619 <http://www.stie-mra.ac.id>
e-mail: info@stie-mra.ac.id

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan pada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi berjudul “Analisis Pengaruh Diskon, Promosi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi *SHOPEE*” disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari STIE Malangkeçwara. Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang akhirnya penulisan ini dapat diselesaikan sebagaimana adanya. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah Swt, yang telah memberikan Rahmat dan Ridho-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu dan baik adanya.
2. Bapak Drs. Bunyamin, MM, Ph.D selaku ketua Sekolah Tinggi Ekonomi Malangkeçwara Malang yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menjalani study di STIE Malangkeçwara Malang.
3. Ibu Dra. Lindananty, MM selaku Ketua Progam Studi Manajemen STIE Malangkeçwara Malang.
4. Drs. Agussalim Andriansyah, MM. Selaku Dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan mengajarkan cara-cara mengerjakan skripsi yang baik sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Papa Heru, Ibu Wiwik, Mas Galih, Neng Riska yang telah memberikan semangat dan mendukung penulis selama ini.
6. Ai Lee En selaku ibu kos yang telah memberikan fasilitas dalam proses mengerjakan skripsi ini.
7. Teman-teman kos yang ramai dan telah memberikan suntikan semangat kepada penulis sehingga tidak stress dalam proses mengerjakan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan kelas B Manajemen 2016.
9. Teman-Teman SEGAWON Family

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak. penulis mohon maaf dengan besar harapan semoga skripsi yang ditulis ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi pembaca. Bagi pihak yang membantu dalam menulis ini semoga amal dan kebaikannya mendapatkan balasan yang berlimpah dari Allah SWT. Amin.

Malang, 18 Agustus 2020
Penulis



Nica Ayu Rusita Amelia

Npk : K.2016.1.33830

Abstrak

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui seberapa besar pengaruh Diskon, Promosi dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Shopee di lingkup mahasiswa STIE Malangkuçeçwara. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda untuk memverifikasi pengaruh Diskon, Promosi dan Kpercayaan Konsumen yang mempengaruhi keputusan mahasiswa STIE Malangkuçeçwara dalam pembelian produk pada aplikasi Shopee. Data yang digunakan merupakan data primer yang didapatkan dari penyebaran kuesioner dengan 58 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif signifikan diskon terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa STIE Malangkuçeçwara yang menggunakan aplikasi Shopee. Terdapat pengaruh positif signifikan promosi terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa STIE Malangkuçeçwara yang menggunakan aplikasi Shopee. Terdapat pengaruh positif signifikan Kepercayaan Konsumen terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa STIE Malangkuçeçwara yang menggunakan aplikasi Shopee. Terdapat pengaruh positif signifikan secara simultan diskon, promosi dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa STIE Malangkuçeçwara yang menggunakan aplikasi Shopee.

Kata kunci : Diskon, Promosi, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian, *e-commerce*

Abstract

This research was conducted to determine how influential Discount, Promotion and Consumer Trust on Shopee Application Users' Decision to Purchase among STIE Malangkuçeçwara students. This research uses multiple linear regression analysis method to verify the effect of discount, promotion and consumer trust which influence the decisions of STIE Malangkuçeçwara students in purchasing products on the Shopee application. The data used is primary data obtained from distributing questionnaires with 58 respondents.

The results of this study indicate that there is a significant positive effect of discounts on purchasing decisions for STIE Malangkuçeçwara students who use the Shopee application. There is a significant positive effect of promotion on purchasing decisions for STIE Malangkuçeçwara students who use the Shopee application. There is a significant positive effect of Consumer Trust on purchasing decisions in STIE Malangkuçeçwara students who use the Shopee application. There is a simultaneous significant positive effect of discounts, promotions and consumer trust on purchasing decisions for STIE Malangkuçeçwara students who use the Shopee application.

Keywords: Discounts, Promotion, Consumer Trust, Purchase Decisions, e-commerce

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Diskon, Promosi, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Shopee”.

Skripsi ini dibuat dan diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di STIE Malangkuçęçara. Selain itu, tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai pengaruh Diskon, Promosi, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Shopee.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena adanya keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, semua kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Malang, 18 Agustus 2020

Penulis



Nica Ayu Rusita Amelia

Npk : K.2016.1.33830

DAFTAR ISI

Abstrak	1
DAFTAR GAMBAR	3
DAFTAR TABEL.....	4
DAFTAR LAMPIRAN.....	5
BAB I PENDAHULUAN	6
1.1 Latar Belakang	6
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. TINJAUAN TEORI	11
2.1.1 Diskon.....	11
2.1.2 Promosi	12
2.1.3 Kepercayaan Konsumen	16
2.1.4 Keputusan Pembelian	18
2.2 Penelitian yang Relevan/Terdahulu.....	23
2.3 Model Konseptual Penelitian	25
2.4 Pengembangan Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran	27
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.4 Metode Pengumpulan Data	30
3.5 Uji Instrumen Penelitian.....	32
3.5.1 Analisis Deskriptif	32
3.5.2 Uji Validitas	32
3.5.3 Uji Reliabilitas	33
3.6 Metode Analisis.....	34
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.6.2 Uji Hipotesis	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40

4.1 Hasil Penelitian.....	40
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	40
4.2 Karakteristik Responden	41
4.3 Hasil Analisis Deskriptif	43
4.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian	50
4.4.1 Hasil Uji Validitas	50
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas	52
4.5 Hasil Analisis Data	52
4.5.1 Hasil Uji Asumsi Klasik	52
4.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda	56
4.5.3 Nilai Koefisien Determinasi (R^2).....	58
4.5.4 Hasil pengujian Hipotesis	59
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
4.6.1 Pengaruh diskon Terhadap keputusan pembelian.	63
4.6.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan pembelian	64
4.6.3 Pengaruh kepercayaan konsumen Terhadap keputusan pembelian.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Kontribusi Penelitian	67
5.3 Keterbatasan Penelitian	68
5.4 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Prespektif Pemecahan Masalah	21
Gambar 2 Perilaku Konsumen	23
Gambar 3 Model Konseptual Penelitian	25
Gambar 4 Hasil Uji Normalitas Data	53
Gambar 5 Grafik Histogram Berdistribusi Normal.....	54
Gambar 6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Gambar 7 Scatterplot.....	56
Gambar 8 Pengaruh Diskon, Promosi dan Kepercayaan konsumen Terhadap Keputusan pembelian	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tinjauan Peneliti Terdahulu.....	25
Tabel 2 Skor Skala Likert	31
Tabel 3 Distribusi Responden Berdasar Jenis Kelamin	42
Tabel 4 Distribusi Responden Berdasar Usia	43
Tabel 5 Kriteria Rentang Jawaban Responden	44
Tabel 6 Distribusi Responden Variabel Diskon.....	44
Tabel 7 Distribusi Responden Variabel Promosi	46
Tabel 8 Distribusi Responden Variabel Kepercayaan Konsumen	47
Tabel 9 Distribusi Responden Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 10 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 11 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 12 Hasil Uji Hipotesis I.....	60
Tabel 13 Hasil Uji Hipotesis II	60
Tabel 14 Hasil Uji Hipotesis III.....	61
Tabel 15 Hasil Uji F.....	62
Tabel 16 Standarized Coeficient Beta.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Log Bimbingan Skripsi.....	77
Lampiran 2 Data Lengkap Responden.....	77
Lampiran 3 Tabel Frekuensi	83
Lampiran 4 Uji Validitas.....	88
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	91
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi	93
Lampiran 7 Gambar Histogram Keputusan Pembelian.....	95
Lampiran 8 Scatterplot Keputusan Pembelian.....	95