

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK IKLAN DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
E-COMMERCE TOKOPEDIA di SOLORAYA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

ALEIAN PRADANA BANGUN PAMBUDI
B100160065

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertandatangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK IKLAN, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E- COMMERCE
TOKOPEDIA DI SOLORAYA**


Yang ditulis oleh:

ALFIAN PRADANA BANGUN PAMBUDI
B100160065

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

Surakarta, 22 April 2020

Pembimbing



(Drs. Moechammad Nasir, M.M.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M.)

NIK. 19570217 1986 031 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **ALFIAN PRADANA BANGUN PAMBUDI**
NIM : **B100160065**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK IKLAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI SOLORAYA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasanringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 22 April 2020

Yang membuat pernyataan,

Alfian Pradana Bangun Pambudi

B100160065

MOTTO

“So, which of the favors of your Lord would you deny?.” (Q.S. Ar-Rahman: 13)

“Barang siapa yang menunjuki kepada kebaikan, maka ia akan mendapatkan pahala seperti pahala orang yang mengerjakannya.”

(H.R Muslim)

“Jangan menganggap remeh diri sendiri, karena setiap orang memiliki kemungkinan yang tak terhingga.”

(Portgas D. Ace)

“Yang kau sangka bodoh, belum tentu dia tidak cerdas, siapa tau dia cermin, sedang menyesuaikan diri dengan yang dihadapannya.”

(Emha Ainun Nadjib)

“Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan, entah mereka menyukainya tau tidak.”

(Aldus Huley)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmaanirrohiim,

Terimakasih kepada semua pihak yang sudah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi, penelitian ini penulis mempersembahkan kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan kesempatan dan kenikmatan, sehingga penelitian ini dapat terslesaikan.
2. Kedua orang tuaku, Bp. Daryanto dan Ibu. Sri Wahyuni yang selalu memberikan semangat serta dukungan dalam segala hal.
3. King Topet. SH yang selalu memberikan saran, nasihat dan dukungan.
4. Drs. Moehammad Nasir, M..M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan kepada penulis hingga lancar mengerjakan skripsi.
5. Menyun yang selau mengingatkan, memberikan semangat, dan selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
6. Diri sendiri yang sudah semangat menyelesaikan sampai akhir.

ABSTRAKS

Tujuan yang ingin dicapai dengan diadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas produk, daya tarik iklan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada *E-Commerce* tokopedia. Penelitian ini menggunakan data primer dan populasi dalam penelitian ini adalah semua orang di Soloraya yang pernah melakukan pembelian di tokopedia, teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu sebanyak 110 responden. Dengan pengujian hipotesis menggunakan validitas convergent, validitas diskriminan dan realibilitas. Berdasarkan penelitian Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan dan Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan pembelian pada *E-Commerce* tokopedia.

Kata Kunci: kualitas produk, daya tarik iklan, harga, keputusan pembelian

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out and explain the effect of product quality, ad appeal, and price on purchasing decisions on E-Commerce in Tokopedia. This study uses primary data and the population in this study are all people in Soloraya who have made purchases at Tokopedia, the sampling technique used by using the purposive sampling method of 110 respondents. By testing the hypothesis using convergent validity, discriminant validity and reliability. Based on research on Product Quality, Attractiveness of Advertising and Prices have a significant positive effect on purchasing decisions on E-Commerce Tokopedia.

Keywords: *product quality, advertising of attractiveness, price, purchasing decisions*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim

Assalaamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Tokopedia Di Soloraya”.

Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan *nabiyyunaa*, nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa umatnya menuju zaman yang terang benderang seperti saat ini.

Penelitian ini tentu tidak terlepas dari kerjasama dan bantuan, serta bimbingan dan arahan dari berbagai pihak serta atas izin dan ridho Allah SWT. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof Dr. Sofyan Anif, M.Si., Selaku Rektor Univesitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Dr. Syamsudin, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Dr. Imronudin, S.E., M.Si., selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Drs. Moehammad Nasir, M.M, selaku pembimbing akademik dan pembimbing penelitian.

5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membimbing dan membantu penulis menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Seluruh Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah banyak membantu hingga terselesaikannya skripsi ini.

Peneliti menyadari akan keterbatasan ilmu dan penulisan, sehingga karya ini tentu masih jauh dari kata sempurna. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkannya. Aamiin.

Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairaat

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 22 April 2020

Penulis

Alfian Pradana B.P.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKS	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Tori.....	10
1. Perilaku Konsumen	10

2.	Keputusan Pembelian.....	15
3.	Kualitas Produk.....	17
4.	Daya Tarik Iklan	19
5.	Harga	20
6.	<i>E-Commerce</i>	21
B.	Penelitian Terdahulu	24
C.	Hipotesis.....	29
D.	Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	33
A.	Jenis Penelitian.....	33
B.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
C.	Data dan Sumber Data	35
D.	Metode Pengumpulan Data.....	35
E.	Desain Pengambilan Sampel.....	36
F.	Metode Analisis Data.....	37
BAB IV	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	44
A.	Deskripsi Responden.....	44
1.	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	44
2.	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	45
3.	Karakteristik Berdasarkan Tempat Tinggal	46
4.	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan dalam Sebulan.....	47
B.	Hasil Analisis Data.....	47
1.	Uji Asumsi Klasik.....	47

2. Teknik Analisis Data.....	50
C. Pembahasan.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
A. Kesimpulan	61
B. Keterbatasan Penelitian.....	62
C. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	24
Tabel 4.1	Karakteristik Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4.2	Karakteristik Usia Responden.....	45
Tabel 4.3	Karakteristik Tempat Tinggal Responden	46
Tabel 4.4	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan dalam Sebulan.....	47
Tabel 4.5	Uji Normalitas	48
Tabel 4.6	Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4.7	Uji Heterokedastisitas	49
Tabel 4.8	<i>Outer Loading</i>	50
Tabel 4.9	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	52
Tabel 4.10	<i>Composite Reliability</i>	52
Tabel 4.11	<i>R-Square</i>	54
Tabel 4.12	Nilai <i>Effect Size</i>	54
Tabel 4.13	Nilai <i>Inner Weight</i>	56
Tabel 4.14	<i>Path Coefficients</i>	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1.	<i>Outer Weights</i>	50
Gambar 4.2.	<i>Inner Weights</i>	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	67
Lampiran 2. Tabulasi	72
Lampiran 3. Hasil <i>Validitas Convergent</i>	74
Lampiran 4. Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	75
Lampiran 5. Hasil <i>Composite Reliability</i>	76
Lampiran 6. Hasil Uji <i>R-Square</i>	77
Lampiran 7. Hasil Uji F^2	78
Lampiran 8. Hasil <i>Resampling</i>	79
Lampiran 9. Hasil <i>Path Coefficient</i>	80
Lampiran 10. Hasil Uji Normalitas.....	81
Lampiran 11. Hasil Uji Multikolinearitas	82
Lampiran 12. Hasil Uji Heterokedastisitas	83