

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE TINJAU DARI  
PROMOSI, HARGA DAN DAYA TARIK IKLAN  
(Studi Pada Produk Alat Kesehatan)**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Disusun Oleh:**

**Dewi Sekar Pritayana**

**B. 100 160 325**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE TINJAU DARI  
PROMOSI, HARGA DAN DAYA TARIK IKLAN(Studi Pada Produk Alat  
Kesehatan)**

Yang ditulis oleh :

Nama : Dewi Sekar Pritayana

NIM : B 100 160 325

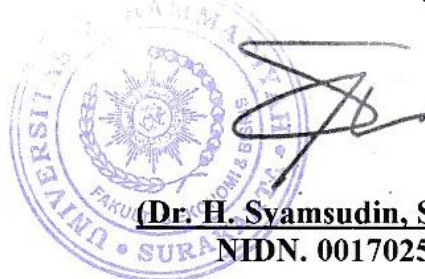
Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 25 April 2020  
Pembimbing



**(Kusdiyanto, SE., M.Si)**

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhamamdiyah Surakarta



**(Dr. H. Syamsudin, SE, M.M.)**

**NIDN. 0017025710**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

## FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dewi Sekar Pritayana  
NIRM : 16.6.106.02016.500325  
Jurusan : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : **ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN  
ONLINE TINJAU DARI PROMOSI, HARGA  
DAN DAYA TARIK IKLAN(Studi Pada  
Produk Alat Kesehatan)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya 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 atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 25 April 2020

Yang Membuat Pernyataan,

**Dewi Sekar Pritayana**

## MOTTO

*“Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lainnya. Dan hanya kepada Allah SWT hemdaknya kamu berharap.”*

*(QS. Al- Insyiroh : 6-8)*

*“Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu’.”*

*(Q.S. Al- Baqarah : 42)*

*“Banyak dari kegagalan hidup yang tidak disadari orang-orang bahwa betapa dekatnya mereka dengan kesuksesan ketika mereka menyerah.”*

*(Thomas Alfa Edison)*

*“Berhentilah mengkhawatirkan masa depan, syukurilah hari ini, dan hiduplah dengan sebaik-baiknya.”*

*(Mario Teguh)*

*“Lakukan apapun yang kamu sukai, jadilah konsisten, dan sukses akan datang dengan sendirinya.”*

*(Penulis)*

## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucap rasa syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya hingga terselesaikan skripsi ini, penulis mempersembahkan karya ini untuk:

- Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat-Nya disetiap hembusan nafasku.
- Bapakku Harsono, SP dan Ibuku Dra. Sri Wardani yang telah mendidik untuk menjadi lebih baik, terima kasih atas doa dan kasih sayang yang telah engkau berikan, pengorbanan yang tiada lekang, rangkaian tasbih dalam doa-doa malam yang tiada pernah putus, semoga tetesan butir-butir keringatmu terwujud sebagai keberhasilan dan kebahagiaanku.
- Kakakku tercinta yang telah memberi semangat dan dukungan untukku, memberi bimbingan yang penuh kesabaran demi kesuksesanku, dan terima kasih untuk semua yang kalian berikan untukku.
- Andang terima kasih atas semangat, motivasi, dan perhatiannya.
- Sahabat-sahabatku yang selalu menemaniku dalam suka maupun duka, terima kasih atas perhatian, kasih sayang dan doanya, terima kasih atas segala bantuan dan kebersamaanya, bersama kalian aku menemukan arti sebuah persahabatan.
- Almamater kebanggaan sebagai pintu awal masa depan untuk kehidupan selanjutnya.

## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum Wr.Wb*

Alhamdulillah Robbil'alamin. Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan tak lupa sholawat serta salam teruntuk Nabi Muhammad yang selalu memberikan petunjuk kepada umatnya untuk selalu berjalan di jalan yang lurus dan benar, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE TINJAU DARI PROMOSI, HARGA DAN DAYA TARIK IKLAN(Studi Pada Produk Alat Kesehatan)**. Salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Syamsudin, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D, selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Zulfa Irawati, SE. M.Si selaku dosen pembimbing akademik.
4. Kusdiyanto, SE., M.Si selaku pembimbing akademik pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per-satu, terima kasih atas bantuannya hingga skripsi ini terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa pengetahuan dan pengalaman penulis belum sempurna, sehingga masih banyak kekurangan baik dalam penggunaan bahasa maupun penyajian data. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini. Penulis mengharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat pada semua pihak dan sebagai amalan yang tidak terputus.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Surakarta, April 2020  
Penulis,

**Dewi Sekar Pritayana**

## DAFTAR ISI

|                                   |      |
|-----------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL.....                | i    |
| HALAMAN PENGESAHAN.....           | ii   |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....  | iii  |
| MOTTO .....                       | iv   |
| PERSEMBAHAN .....                 | v    |
| KATA PENGANTAR .....              | vi   |
| DAFTAR ISI.....                   | viii |
| DAFTAR TABEL .....                | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....               | xi   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....             | xii  |
| ABSTRAK .....                     | xiii |
| ABSTRACT.....                     | xiv  |
| BAB I    PENDAHULUAN .....        | 1    |
| A. Latar Belakang .....           | 1    |
| B. Perumusan Masalah .....        | 7    |
| C. Tujuan Penelitian .....        | 7    |
| D. Manfaat Penelitian .....       | 8    |
| BAB II    TINJAUAN PUSTAKA .....  | 9    |
| A. Pemasaran .....                | 9    |
| B. Promosi .....                  | 12   |
| C. Harga.....                     | 14   |
| D. Daya Tarik Iklan .....         | 15   |
| E. Keputusan Pembelian.....       | 19   |
| F. Penelitian Terdahulu .....     | 21   |
| G. Kerangka Pemikiran.....        | 23   |
| H. Hipotesis .....                | 24   |
| BAB III    METODE PENELITIAN..... | 25   |
| A. Jenis Penelitian.....          | 25   |
| B. Populasi dan Sampel .....      | 25   |



|                |                                         |    |
|----------------|-----------------------------------------|----|
|                | C. Data dan Sumber Data .....           | 26 |
|                | D. Metode Pengumpulan Data.....         | 26 |
|                | E. Definisi Operasioanal Variabel.....  | 27 |
|                | F. Uji Instrumen Data.....              | 29 |
|                | G. Uji Asumsi Klasik.....               | 31 |
|                | H. Metode Analisis Data.....            | 32 |
| BAB IV         | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....   | 37 |
|                | A. Deskripsi Responden .....            | 37 |
|                | B. Pengujian Instrumen Penelitian ..... | 39 |
|                | C. Pembahasan .....                     | 49 |
| BAB V          | PENUTUP.....                            | 51 |
|                | A. Kesimpulan .....                     | 51 |
|                | B. Keterbatasan Penelitian.....         | 52 |
|                | C. Saran .....                          | 52 |
| DAFTAR PUSTAKA |                                         |    |
| LAMPIRAN       |                                         |    |

## DAFTAR TABEL

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 37 |
| Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....    | 38 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....      | 38 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden ..... | 39 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi(X1) .....           | 39 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2).....             | 40 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik Iklan (X3) ..... | 40 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....   | 40 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas .....                             | 41 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas .....                              | 42 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....                        | 42 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                     | 43 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....                 | 44 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Gambar 2.1. Kernagka Pemikiran ..... | 24 |
|--------------------------------------|----|

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Pengantar Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

Lampiran 3. Tabulasi Data

Lampiran 4. Hasil Pengujian Statistik dengan SPSS

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian online. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian online. Untuk menganalisis pengaruh daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian online. Populasi dari penelitian adalah pembeli yang melakukan online di aplikasi Lazada, Shopee, Buka Lapak yang berjumlah 107 orang sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden.

Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh variabel promosiberpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Daya tarik iklan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F diperoleh secara bersama-sama variabel Promosi ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Daya tarik iklan ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil  $R^2$  sebesar 0,631, berarti variasi perubahan variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Promosi ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Daya tarik iklan ( $X_3$ ) sebesar 63,1%. Sedangkan sisanya sebesar 46,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar model

**Kata Kunci :** Promosi, Harga, Daya Tarik Iklan dan Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the effect of promotion on online purchasing decisions. To analyze the effect of price on online purchasing decisions. To analyze the effect of advertising attractiveness on online purchasing decisions. The population of the study were 107 buyers online in the Lazada, Shopee, Buka application, while the sample used was 100 respondents.

Based on the results of the t test analysis, it was found that the promotion variable had a significant effect on purchasing decisions. The price variable has a significant influence on purchasing decisions. The attractiveness of advertising has a significant effect on purchasing decisions. The results of the F test are obtained jointly with the Promotion (X1), Price (X2), Advertising attractiveness (X3) variables have a significant effect on purchasing decisions. Based on the results of R square (R<sup>2</sup>) of 0.631, it means that the variation of changes in purchasing decision variables can be explained by the Promotion (X1), Price (X2), and Advertising (X3) variables of 63.1%. While the remaining 46.9% is explained by other variables outside the model

**Keywords:** promotion, price, attractiveness of ads and purchase decisions