

**ANALISIS PENGARUH STRATEGI PEMASARAN ONLINE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(STUDI KASUS PEMBELIAN ELEKTRONIK DI SHOPEE)**



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:
SAVIKA OKTI PUTRI
B 100170049

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH STRATEGI PEMASARAN ONLINE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(STUDI KASUS PEMBELIAN ELEKTRONIK DI SHOPEE)**

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

SAVIKA OKTI PUTRI

B 100 170 049

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing,



Dr. Edy Purwo Saputro, SE., MSi

NIP: 644

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH STRATEGI PEMASARAN ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS PEMBELIAN ELEKTRONIK DI SHOPEE)

Oleh:

SAVIKA OKTI PUTRI
B 100 170 049

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada Hari Rabu, 7 Agustus 2024
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Dr. Edy Purwo Saputro, SE., MSi

(Ketua Dewan Penguji)

2. Dr. Moechammad Nasir, SE., M.M

(Anggota I Dewan Penguji)

3. Sri Murwanti, SE., M.M

(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E. M.Si

NIK. 829



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SAVIKA OKTI PUTRI

NIM : B 100 170 049

Jurusan : MANAJEMEN

Judul skripsi : ANALISI PENGARUH STRATEGI PEMASARAN
ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI
KASUS PEMBELIAN ELEKTRONIK DI SHOPEE)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan *Sumber*nya. 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, 12 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,

(SAVIKA OKTI PUTRI)

MOTTO

“Why do we fall? So that we can pick ourselves up”

-Alfred Pennyworth-

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan” (Q.S Al-Insyirah: 5)

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu. Allah maha mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui” (Q.S Al-Baqarah: 216)

“Yakinlah, ada sesuatu yang menantimu selepas banyak kesabaran (yang kau jalani), yang membuatmu terpana hingga kau lupa betapa pedihnya rasa sakit”

-Ali bin Abi Thalib-

“ Percayalah, semakin kamu bersyukur maka hidupmu akan semakin Bahagia dan Allah akan menambahkan pula nikmat untukmu”

-Savika Oktii Putri-

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas berkah, rahmat, dan limpahan nikmat-Nya berupa kesehatan dan kesempatan, penulis diberikan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maha karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang selalu memberi kemudahan, nikmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberi tauladan dan membawa perubahan dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang.
3. Kedua orangtua yang telah memberikan kasih sayang, nasihat dan masukan, serta selalu mendoakan yang terbaik.
4. Keluarga besar yang telah memberi dukungan dan doa.
5. Pembimbing skripsi Bapak Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si. yang telah membimbing dalam penulisan skripsi.
6. Sahabat serta teman-teman semuanya yang telah memberikan semangat dan dukungan.
7. Unit Kegiatan Mahasiswa Taekwondo Universitas Muhammadiyah Surakarta
8. Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Syukur alhamdulillah senantiasa penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini, yang berjudul “PENGARUH STRATEGI PEMASARAN ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS PEMBELIAN PRODUK ELEKTRONIK DI SHOPEE).” Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga selesainya skripsi ini. Maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang tak pernah berhenti melimpahkan segala rahmat, hidayah, petunjuk, dan ridho- Nya kepada penulis, dari awal penyusunan skripsi hingga akhir dengan lancar dan tepat waktu. Dan juga nabi besar, Muhammad SAW yang telah memberikan keteladanan yang dapat menjadicontoh bagi kami.
2. Bapak Prof. Dr. Sofyan Arif, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E. M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ibu Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si. selaku pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan masukan, bimbingan, dan arahan dari awal penyusunan hingga terselesaikanya skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staf karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

7. Unit Kegiatan Mahasiswa Taekwondo Universitas Muhammadiyah Surakarta.
8. Keluarga saya tercinta yang telah memberikan segala bentuk dukungan baik secara moril maupun materil.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.
10. Almamater Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulisan selanjutnya. Kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini sangat penulis harapkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 1 Agustus 2024

Penulis,



Savika Okti Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
ABSTRAKSI	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian	2
D. Manfaat Penelitian	2
E. Sistematika Penulisan	3
BAB II KAJIAN PUSTAKA	5
A. Landasan Teori.....	5
1. Manajemen Pemasaran.....	5
2. Pemasaran Online.....	6
3. Strategi Pemasaran	8
4. Keputusan Pembelian Konsumen	11
B. Penelitian Terdahulu	15

	C. Kerangka Pemikiran.....	17
	D. Hipotesis.....	19
BAB III	METODE PENELITIAN	20
	A. Jenis Penelitian.....	20
	B. Populasi dan Sampel	20
	C. Data dan Sumber Data	21
	D. Metode Pengumpulan Data	22
	E. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	22
	F. Uji Instrumen Data.....	23
	G. Uji Asumsi Klasik.....	24
	H. Uji Hipotesis	25
BAB IV	ANALISA DAN PEMBAHASAN	28
	A. Karakteristik Responden	28
	B. Metode Analisis Data.....	30
	C. Hasil Uji Asumsi Klasik	33
	D. Hasil Pengujian Hipotesis	35
	E. Pembahasan.....	38
BAB V	PENUTUP.....	40
	A. Kesimpulan	40
	B. Keterbatasan Penelitian.....	40
	C. Saran.....	41
	DAFTAR PUSTAKA.....	42
	LAMPIRAN.....	44

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1	Karakteristik Jenis Kelamin Responden	28
Tabel IV.2	Karakteristik Umur	28
Tabel IV.3	Karakteristik Pekerjaan.....	29
Tabel IV.4	Hasil Uji KMO and Bartlett's Test.....	30
Tabel IV.5	Hasil Uji Validitas	31
Tabel IV.6	Hasil Uji Validitas	32
Tabel IV.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	32
Tabel IV.8	Hasil Uji Normalitas	33
Tabel IV.9	Hasil Uji Multikolinearitas	34
Tabel IV.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas	35
Tabel IV.11	Hasil Regresi Berganda.....	35
Tabel IV.12	Hasil Uji t.....	36
Tabel IV.13	Hasil Uji F.....	37
Tabel IV.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	18
------------	-------------------------	----

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi pemasaran online terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi kasus pembelian produk elektronik di Shopee). Populasi dan sampel penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk elektronik di Shopee dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran online berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: Strategi pemasaran online, keputusan pembelian, Shopee.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of online marketing strategies on consumer purchasing decisions (Case study of electronic product purchases on Shopee). The population and sample of this study are consumers who have purchased electronic products on Shopee, with a total of 100 respondents. The type of data used in this study is primary data. The data collection method used is a questionnaire. The data analysis uses multiple linear regression. The results of the analysis in this study show that online marketing strategies have a positive and significant influence on consumer purchasing decisions.

Keywords: *Online marketing strategies, purchasing decisions, Shopee.*