

TUGAS AKHIR

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
pendidikan program sarjana

Disusun oleh:

Natalia

2018122061

Pembimbing:

Agung Joni Saputra, S.E.,M. Akt.

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS UNIVERSAL
2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Natalia

NIM : 2018122061

Program Studi : Akuntansi

Judul TA : Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tugas akhir yang saya tulis ini adalah benar-benar karya saya sendiri, bukan hasil jiplakan (plagiat), belum pernah diterbitkan atau dipublikasikan dimanapun atau dalam bentuk apapun, serta belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi.

Atas pernyataan ini, saya siap menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap tugas akhir saya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Batam, 26 Juli 2022

Yang membuat pernyataan



Natalia

2018122061

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA APLIKASI SHOPEE

Disusun oleh:

Natalia
2018122061

Pembimbing



Agung Joni Saputra, S.E.,M. Akt.
Tanggal: 26 Juli 2022

Batam, 26 Juli 2022

Program Studi Akuntansi

Fakultas Bisnis

Universitas Universal

Koordinator Program Studi



Agung Joni Saputra, S.E.,M. Akt.

NIDN: 1001099101

PRAKATA

Puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir (TA) ini dengan tepat waktu. Laporan TA ini berjudul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee”**.

Penulisan laporan TA ini membuat penulis menjadi lebih mengerti tentang pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee. Dalam proses pelaksanaan penelitian dan penulisan laporan TA, penulis mendapat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin berterima kasih atas dukungan dari :

1. Bapak Dr. techn. Aswandy, M.T. selaku Rektor Universitas Universal,
2. Bapak Dr. Didi Sundiman, S.T., M.M. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Universal,
3. Bapak Agung Joni Saputra, S.E., M.Akt. selaku Koordinator Program Studi Akuntansi dan Dosen Pembimbing yang telah memberi berbagai arahan, bimbingan, dan motivasi kepada penulis selama proses penelitian dan penulisan laporan tugas akhir,
4. Bapak Hardi Bahar, S.E., M.Si. selaku Dosen Penguji yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menghadiri sidang tugas akhir penulis,
5. Ibu Afrianti Elsy Vanomy A.Md., S.E., M.M. selaku Dosen Penguji yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menghadiri sidang tugas akhir penulis,
6. Seluruh dosen dan staff Universitas Universal yang telah memberikan fasilitas, ilmu, pengetahuan, dan bimbingan selama masa perkuliahan penulis,
7. Orang tua, adik, rekan kerja, dan teman-teman penulis yang telah memberikan doa dan semangat,
8. Para Mahasiswa Uvers yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian,

9. Mahasiswa Akuntansi Universitas Universal angkatan 2018 yang telah bersama-sama berjuang selama 4 tahun,
10. Pihak – pihak dan terkait lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan TA ini masih terdapat banyak kekurangan baik dalam teknik penulisan maupun isi. Oleh Karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Semoga penulisan laporan TA ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima Kasih.

Batam, 26 Juli 2022



Natalia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>Abstract</i>	iv
PRAKATA	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEPTUAL PENELITIAN	7
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kajian Teori	10
2.2.1 <i>E-Commerce</i>	10
2.2.2 Harga	12
2.2.3 Kualitas Produk	14
2.2.4 Promosi.....	16
2.2.5 Keputusan Pembelian	17
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	20

2.4	Hipotesis Penelitian tentang Hubungan antar Variabel	21
2.4.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.4.2.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.4.3.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.4.4.	Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.5.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Pendekatan Penelitian	25
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	25
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
3.3.1	Populasi	25
3.3.2	Sampel	26
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	26
3.5	Pengujian Instrumen	27
3.5.1	Uji Validitas.....	27
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	28
3.6	Metode Analisis Data.....	28
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	28
3.6.2	Analisis Statistik Inferensia	28
3.6.2.1	Uji Asumsi Klasik	29
3.6.2.1.1	Uji Normalitas.....	29
3.6.2.1.2	Uji Multikolinearitas	29
3.6.2.1.3	Uji Heteroskedastisitas.....	29
3.6.2.1.4	Uji Glejser.....	29
3.6.2.2	Uji Hipotesis.....	30

3.6.2.2.1 Uji F (Simultan).....	30
3.6.2.2.2 Uji t (Parsial).....	30
3.6.2.2.3 Uji Determinasi (R^2)	31
3.6.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian dan Karakteristik Responden.....	32
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	33
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	34
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester.....	34
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Berbelanja Online Melalui <i>E-commerce</i> dalam Sebulan Terakhir	35
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>E-commerce</i> yang Paling Sering Digunakan dalam Berbelanja Online.....	36
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>E-commerce</i> Pembanding Aplikasi Shopee.....	37
4.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Produk yang Sering dibeli Ketika Berbelanja <i>Online</i> di Aplikasi Shopee.....	38
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	39
4.2.1 Deskripsi Variabel Harga	39
4.2.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	40
4.2.3 Deskripsi Variabel Promosi.....	42
4.2.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	44
4.3 Analisis Inferensial	45
4.3.1 Uji Validitas.....	45
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	47
4.3.3 Uji Normalitas	48

4.3.4 Uji Multikolinearitas.....	49
4.3.5 Uji Heterokedastisitas.....	51
4.3.6 Uji Glejser.....	52
4.3.7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
4.4 Pengujian Hipotesis	54
4.4.1 Uji F (Simultan).....	54
4.4.2 Uji t (Parsial)	55
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	57
4.5 Profil Variabel Penelitian.....	57
4.5.1 Profil Variabel Harga.....	57
4.5.2 Profil Variabel Kualitas Produk	60
4.5.3 Profil Variabel Promosi	62
4.5.4 Profil Variabel Keputusan Pembelian	64
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	66
4.6.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	66
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.6.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.6.4 Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Universitas Universal Kota Batam.....	68
4.7 Implikasi Penelitian	70
4.7.1 Implikasi Teoritis.....	70
4.7.2 Implikasi Praktis.....	70
4.8 Keterbatasan Penelitian.....	72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rata-rata Pengunjung <i>E-Commerce</i> Indonesia	2
Gambar 2.1 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian	20
Gambar 2.2 Model Penelitian	20
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	21
Gambar 4.1 Grafik <i>Normal Probability Plot</i>	50
Gambar 4.2 <i>Scatter Plot</i>	52

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Universitas Universal	26
Tabel 3.2 Skala Likert	26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	34
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	35
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Berbelanja Online dalam Sebulan Terakhir	36
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>E-commerce</i> yang Paling Sering Digunakan dalam Berbelanja Online	36
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>E-commerce</i> Pemanding Shopee	37
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang Sering Dibeli Ketika Berbelanja Online Dishopee.....	38
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Harga	39
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	41
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel Promosi	42
Tabel 4.12 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	44
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	46
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	46
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.20 Hasil Uji Glejser	52
Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	53
Tabel 4.22 Hasil Uji F (Simultan).....	55
Tabel 4.23 Hasil Uji T (Parsial).....	56

Tabel 4.23 Hasil Uji T (Parsial)	56
Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi	57
Tabel 4.25 Profil Variabel Harga	58
Tabel 4.26 Profil Variabel Kualitas Produk	60
Tabel 4.27 Profil Variabel Promosi	63
Tabel 4.28 Profil Variabel Keputusan Pembelian.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 2. Data Kuesioner Penelitian	84
Lampiran 3. Hasil Analisis Deskriptif.....	96
Lampiran 4. Hasil Uji Statistik Deskriptif	99
Lampiran 5. Hasil Uji Analisis Inferensial	100
Lampiran 6. Hasil Uji Hipotesis	107
Lampiran 7. Profil Variabel Penelitian	108