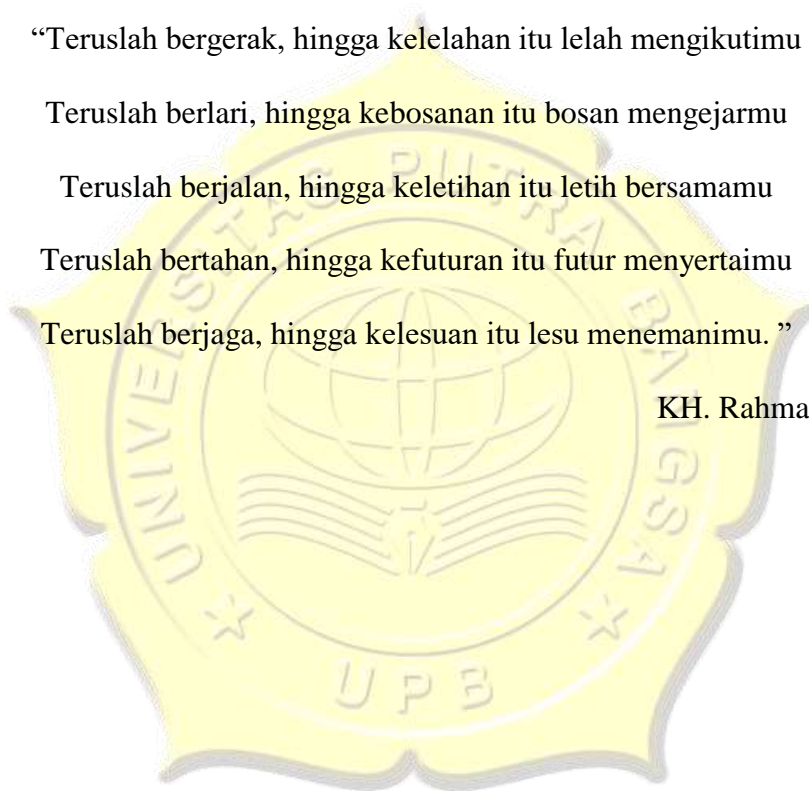


HALAMAN MOTTO

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang bisa kau ceritakan.” (Boy Candra)

“Teruslah bergerak, hingga kelelahan itu lelah mengikutimu
Teruslah berlari, hingga kebosanan itu bosan menjejarmu
Teruslah berjalan, hingga keletihan itu letih bersamamu
Teruslah bertahan, hingga kefuturan itu futur menyertaimu
Teruslah berjaga, hingga kelesuan itu lesu menemanimu.”

KH. Rahmat Abdullah



HALAMAN PERSEMBAHAN

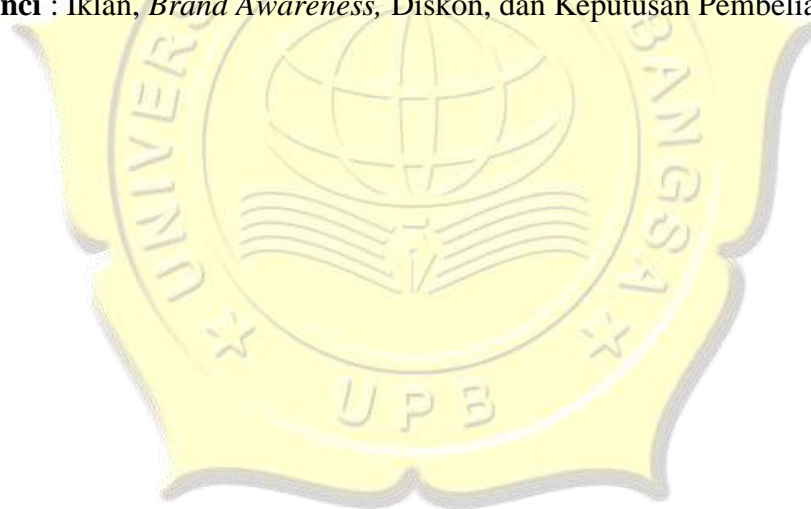
Dengan segala puji syukur terhadap Tuhan Yang Maha Esa, serta dukungan dari orang tua dan teman-teman, akhirnya tugas akhir kuliah yang berupa skripsi penelitian telah diselesaikan dengan baik. Untuk itu tugas akhir ini penulis persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, kesehatan, dan pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini tepat waktu.
2. Kedua orang tua Bapak Ngadwan dan Ibu K.Giarti, serta keluarga besar tercinta yang selalu memberikan dukungan serta motivasi untuk penyelesaian skripsi.
3. Ibu Dr.Harini Abrilia Setyawati, M.Si selaku dosen pembimbing, terimakasih atas waktu yang diluangkan untuk arahan dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
4. Teman-teman yang telah membantu bertukar pikiran dalam penyusunan skripsi.
5. Almamater tercinta Universitas Putra Bangsa.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan, *brand awareness*, dan diskon terhadap keputusan pembelian *online* pada *marketplace* shopee studi pada mahasiswa di Kebumen. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Data sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu mahasiswa di Kebumen yang pernah melihat iklan shopee dan melakukan pembelian *online* yang berjumlah 100 orang sebagai responden. Instrumen atau alat pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket/kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain analisis deskriptif kualitatif dan analisis kuantitatif yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji f, uji regresi linear berganda. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis pertama iklan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis kedua membuktikan bahwa *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis ketiga membuktikan bahwa diskon berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis keempat membuktikan bahwa iklan, *brand awareness*, dan diskon secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

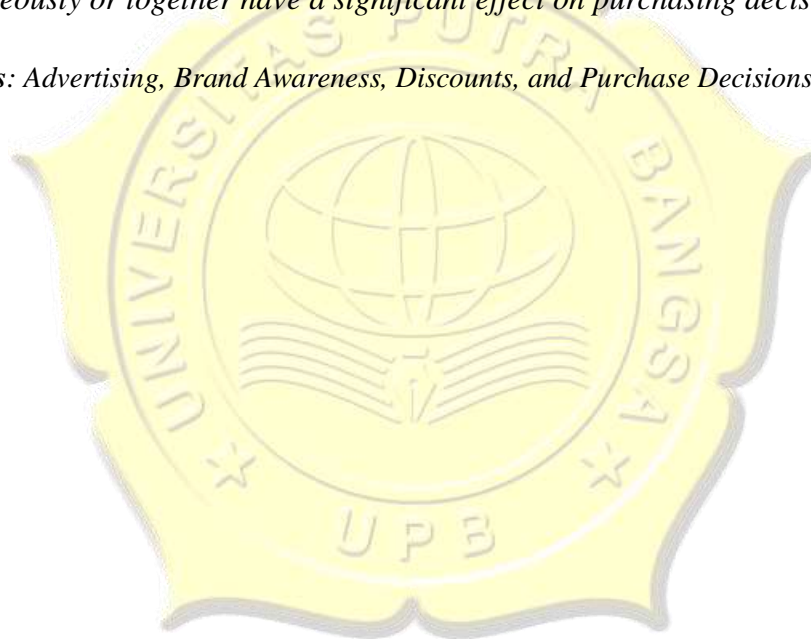
Kata kunci : Iklan, *Brand Awareness*, Diskon, dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of advertising, brand awareness, and discounts on online purchasing decisions on the Shopee marketplace for students in Kebumen. The method used is a quantitative method. The sample data taken in this research were students in Kebumen who had seen Shopee advertisements and made online purchases, totaling 100 people as respondents. The instrument or data collection tool in this research uses a questionnaire. Data analysis techniques used in this research include qualitative descriptive analysis and quantitative analysis consisting of validity tests, reliability tests, t tests, f tests, multiple linear regression tests. The results of this research prove that the first hypothesis that advertising partially has a significant influence on purchasing decisions. The results of the second hypothesis prove that brand awareness has a significant effect on purchasing decisions. The results of the third hypothesis prove that discounts have a significant effect on purchasing decisions. The results of the fourth hypothesis prove that advertising, brand awareness, and discounts simultaneously or together have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Advertising, Brand Awareness, Discounts, and Purchase Decisions*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT pencipta seluruh alam yang telah melimpahkan segala anugerah, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Iklan, *Brand Awareness*, dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada *Marketplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa di Kebumen)” dengan baik, yang dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna menyelesaikan program sarjana (S1) pada Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolok ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang telah didapat dan dipelajari pada bangku perkuliahan dengan realita kehidupan nyata, khususnya dalam bidang penelitian ilmiah marketing. Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, hal ini disebabkan karena keterbatasan waktu, kemampuan, dan pengetahuan penulis. Meskipun demikian penulis berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan yang penulis miliki serta dari bimbingan dan arahan dari Dosen Pembimbing, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan moril dan materil sehingga skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya, antara lain kepada :

1. Ibu Dr.Harini Abrilia Setyawati, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan saran dan bantuan dalam penulisan skripsi ini.
2. Segenap dosen dan civitas akademika yang telah membantu saya dalam mendapatkan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan selama ini.
3. Kedua orang tua Bapak Ngadwan dan ibu K.Giarti serta keluarga besar tercinta yang selalu memberikan dukungan serta motivasi untuk penyelesaian skripsi.
4. Teman-teman kelas Reguler E dan Reguler A angkatan 2020 yang telah memberikan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Dengan adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis, maka dengan kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik karena masih banyak kekurangan. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Kebumen, 23 Januari 2024

Penulis



Aliya Rohati Riswandi
205504016

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------|------|
| HALAMAN SAMBUNG DEPAN..... | i |
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN UJIAN..... | iv |
| HALAMAN BEBAS PLAGIARISME..... | v |
| HALAMAN MOTTO..... | vi |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | vii |
| ABSTRAK..... | viii |
| KATA PENGANTAR..... | x |
| DAFTAR ISI..... | xii |
| DAFTAR TABEL..... | xv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvii |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah..... | 11 |
| 1.3. Batasan Masalah..... | 12 |
| 1.4. Tujuan Penelitian..... | 14 |
| 1.5. Manfaat Penelitian..... | 15 |
| BAB II..... | 16 |
| KAJIAN PUSTAKA..... | 16 |
| 2.1. Tinjauan Teori..... | 16 |

| | | |
|-------------------------------|---|----|
| 2.1.1. | Keputusan Pembelian..... | 16 |
| 2.1.2. | Iklan..... | 19 |
| 2.1.3. | <i>Brand Awareness</i> | 22 |
| 2.1.4. | Diskon | 24 |
| 2.2. | Penelitian Terdahulu..... | 26 |
| 2.3. | Hubungan Antar Variabel..... | 32 |
| 2.4. | Model Empiris | 33 |
| 2.5. | Hipotesis | 34 |
| BAB III..... | | 35 |
| METODE PENELITIAN..... | | 35 |
| 3.1. | Objek dan Subjek Penelitian | 35 |
| 3.2. | Variabel Penelitian | 35 |
| 3.3. | Definisi Operasional Variabel | 36 |
| 3.4. | Instrumen atau Alat Pengumpulan Data..... | 38 |
| 3.5. | Data dan Teknik Pengumpulan Data..... | 39 |
| 3.6. | Populasi dan Sampel..... | 41 |
| 3.7. | Teknik Analisis..... | 43 |
| BAB IV | | 52 |
| ANALISIS DAN PEMBAHASAN | | 52 |
| 4.1. | Analisis Deskriptif..... | 52 |
| 4.2. | Analisis Statistik..... | 57 |
| 4.3. | Pembahasan | 68 |
| BAB V..... | | 71 |
| SIMPULAN | | 71 |
| 5.1. | Simpulan..... | 71 |

| | |
|-------------------------------|----|
| 5.2. Keterbatasan | 72 |
| 5.3. Implikasi..... | 72 |
| 5.3.1 Implikasi Praktis | 72 |
| 5.3.2 Implikasi Teoritis..... | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA | 75 |
| LAMPIRAN | |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel I - 1 Pengunjung situs e-commerce per September..... | 2 |
| Tabel I - 2 Alasan Melakukan Pembelian online di shopee..... | 5 |
| Tabel III - 1 Indikator Keputusan Pembelian pada Kuisisioner..... | 36 |
| Tabel III - 2 Indikator Iklan pada Kuisisioner | 37 |
| Tabel III - 3 Indikator Brand Awareness pada Kuisisioner | 38 |
| Tabel III - 4 Indikator Diskon pada Kuisisioner..... | 38 |
| Tabel IV - 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 53 |
| Tabel IV - 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 54 |
| Tabel IV - 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kampus..... | 54 |
| Tabel IV - 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat..... | 55 |
| Tabel IV - 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran..... | 56 |
| Tabel IV - 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan | 57 |
| Tabel IV - 7 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian..... | 58 |
| Tabel IV - 8 Uji Validitas Variabel Iklan..... | 59 |
| Tabel IV - 9 Uji Validitas Variabel Brand Awareness | 59 |
| Tabel IV - 10 Uji Validitas Variabel Diskon | 60 |
| Tabel IV - 11 Uji Reliabilitas Variabel | 60 |
| Tabel IV - 12 Uji Multikolinieritas | 61 |
| Tabel IV - 13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda | 64 |
| Tabel IV - 14 Hasil Uji t | 65 |
| Tabel IV - 15 Uji F (simultan) | 67 |
| Tabel IV - 16 Uji Koefisien Determinasi..... | 67 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar II - 1 Modal Empiris..... | 34 |
| Gambar IV - 1 Uji Heterokedastisitas | 62 |
| Gambar IV - 2 Uji Normalitas..... | 63 |



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Responden
- Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen
- Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 7 Tabel r
- Lampiran 8 Tabel F
- Lampiran 9 Tabel t
- Lampiran 10 Kartu Konsultasi Skripsi
- Lampiran 11 Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal

