

ABSTRAKSI

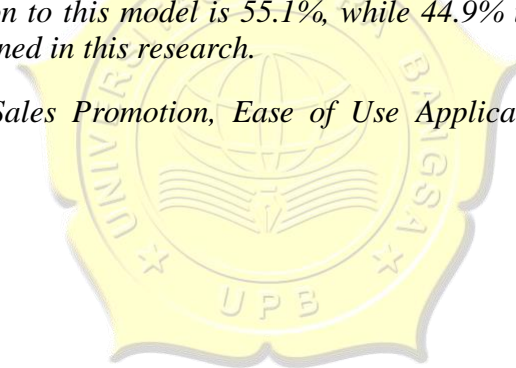
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi penjualan, dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap keputusan pembelian baju Erigo official store di aplikasi Tiktok *Shop* pada masyarakat Kebumen. Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan cara menyebar kuisioner online yang dibagikan kepada konsumen Erigo di Kebumen. Pada penelitian ini teknik yang digunakan berdasarkan populasi, dengan metode *non-probability sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah Harga (X1), Promosi Penjualan (X2), Kemudahan Penggunaan (X3), dan Keputusan Pembelian (Y). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dan statistik dengan bantuan program *SPSS for windows versi 25*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan valid dan reliabel, tidak terdapat multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan memenuhi syarat asumsi normalitas. Secara parsial pengaruh harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan. Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan. Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, serta variabel harga, promosi penjualan, dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Nilai Adjusted R square menunjukkan bahwa kontribusi variabel pada model ini sebesar 55,1% sedangkan 44,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of price, sales promotions, and ease of use application on the decision to purchase Erigo clothes official store on the Tiktok Shop application among the people of Kebumen. Data collection in this research was by distributing online questionnaires which were distributed to Erigo consumers in Kebumen. In this research, the technique used is population based, using a non-probability sampling method with a sample size of 100 respondents. The variables used in this research are Price (X1), Sales Promotion (X2), Ease of Use (X3), and Purchase Decision (Y). The data analysis technique used in this research is descriptive and statistical analysis techniques with the help of the SPSS for Windows version 25 program. The results of this research show that all variables are declared valid and reliable, there is no multicollinearity, there is no heteroscedasticity, and they meet the requirements for the normality assumption. Partially, the influence of price on purchasing decisions shows a positive and significant influence. The influence of sales promotions on purchasing decisions shows a positive and significant influence. Ease of use has no effect on purchasing decisions, and the variables price, sales promotion, and ease of use simultaneously influence purchasing decisions. The Adjusted R square value shows that the variable contribution to this model is 55.1%, while 44.9% is influenced by other variables not explained in this research.

Keywords: *Price, Sales Promotion, Ease of Use Application, and Purchasing Decisions.*



HALAMAN MOTTO

“Perbaiki sholatmu maka Allah akan memperbaiki hidupmu.”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan Rahmat Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, atas selesainya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua yang telah memberi dukungan, doa dan bantuan baik secara moril maupun materil demi keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Anton Prasetyo S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang sudah sabar memberikan bimbingan, serta memberikan arahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
3. Teman-teman kelas Manajemen Reguler A dan sahabat seperjuangan yang telah memberikan motivasi, dorongan, dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini dari awal sampai akhir. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, kampus, teman-teman pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi Penjualan, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Tiktok Shop” (Studi Pada Pengguna Baju Erigo Official Store Di Kebumen). Tanpa pertolongan-Nya mustahil kiranya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan benar.

Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini sebagai tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah.

Terselesainya skripsi ini tentunya tidak lepas dari dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Anton Prasetyo S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan arahan, kritik, dan saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Untuk kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Kepada teman seperjuangan atas dukungan serta motivasi untuk terus semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Semua pihak yang telah membantu melancarkan dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih kurang dari sempurna, maka dari itu tidak lepas selalu ada saran dan kritik membangun yang dapat memperbaiki skripsi ini. Sekali lagi penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi penulis dan kepada para pembaca pada umumnya.



Kebumen, 25 Juli 2024

Penulis

Anam Mubarok
NIM. 205504313

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Batasan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	17
1.5. Manfaat Penelitian.....	17
BAB II.....	19
KAJIAN PUSTAKA.....	19
2.1. Tinjauan Teori	19

2.1.1.	Variabel Keputusan Pembelian	19
2.1.2.	Variabel Harga	22
2.1.3.	Variabel Promosi Penjualan.....	26
2.1.4.	Variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi.....	28
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	30
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	34
2.4.	Model Empiris	35
2.5.	Hipotesis	36
BAB III.....		38
METODE PENELITIAN.....		38
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	38
3.2.	Variabel Penelitian	38
3.3.	Definisi Operasional Variabel	39
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	43
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data	45
3.6.	Populasi dan Sampel.....	46
3.7.	Teknik Analisis.....	48
BAB IV		58
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		58
4.1.	Analisis Deskriptif.....	58
4.2.	Analisis Statistik.....	62
4.3.	Pembahasan	76
BAB V.....		79
SIMPULAN		79
5.1.	Simpulan.....	79

5.2. Keterbatasan	80
5.3. Implikasi.....	81
5.3.1 Implikasi Praktis	81
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	83
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	92



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Data Pengguna Tiktok Shop Di Kebumen Tahun 2022-2023.....	5
Tabel I-2 Data Hasil Observasi	7
Tabel II-1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	33
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Kuisisioner Variabel Harga.....	40
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Kuisisioner Variabel Promosi Penjualan	41
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Kuisisioner Variabel Kemudahan Penggunaan.....	42
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian	43
Tabel IV-1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel IV-2 Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel IV-3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Tabel IV-4 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	61
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	63
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Harga	64
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Promosi Penjualan	64
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Kemudahan Penggunaan	65
Tabel IV-9 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel IV-10 Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel IV-11 Hasil Uji Normalitas.....	70
Tabel IV-12 Hasil Analisis Linear Berganda.....	71
Tabel IV-13 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	73
Tabel IV-14 Hasil Uji Simultan (Uji F)	74
Tabel IV-15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 Pengguna Internet di Indonesia	1
Gambar I-2 Data Pengguna Aplikasi Tiktok di Indonesia	4
Gambar I-3 Merek Fashion Lokal Favorit Masyarakat Indonesia	8
Gambar I-4 Brand Lokal Distro Indonesia yang mampu Go Internasional	9
Gambar II-1 Kerangka Teoritis.....	36
Gambar IV-1 Hasil Uji Heterokedastisitas	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	92
Lampiran 2 Data Responden.....	95
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuisisioner	98
Lampiran 4 Uji Validitas.....	103
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	107
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	108
Lampiran 7 Uji Hipotesis	109
Lampiran 8 Tabel Distribusi t	110
Lampiran 9 Tabel Distribusi r.....	112
Lampiran 10 Tabel Distribusi F.....	114
Lampiran 11 Kartu Seminar Proposal.....	116
Lampiran 12 Kartu Bimbingan Skripsi.....	117

