

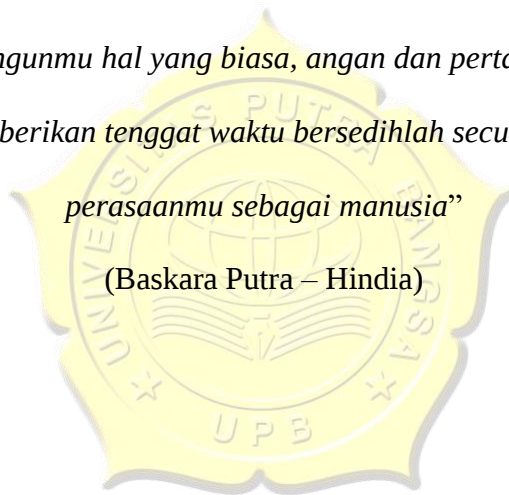
HALAMAN MOTTO

“Orang lain ga akan bisa paham struggle dan masa sulitnya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian success stories. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya!”

(Fardi Yandi)

“Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaanmu sebagai manusia”

(Baskara Putra – Hindia)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, skripsi ini penulis persembahkan sebagai tanda terima kasih yang mendalam kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Suyatno dan Ibu Tri Yatini. Terima kasih penulis ucapkan atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan. Meskipun Bapak dan Ibu tidak sempat merasakan pendidikan dibangku perkuliahan, namun selalu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan, mengusahakan, memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial, serta memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anak-anaknya.
2. Saudara tercinta, Kakak Mitra Dewi Rahmawati dan Nurina Dwi Septiani, serta Adik saya Alya Hasna Ariqa yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta menjadi teman dalam setiap perjalanan hidup.
3. Keluarga besar, yang senantiasa memberikan doa, motivasi, serta kasih sayang yang menjadi penyemangat dalam menjalani pendidikan ini.
4. Teruntuk sahabat-sahabat tercinta Intan, Alifia, Riski, Zulfa, dan Utami, terima kasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman, waktu, dan ilmu yang dijalani bersama selama perkuliahan. Terima kasih selalu menjadi garda terdepan di masa-masa sulit penulis. Ucapan syukur kepada Allah SWT karena telah memberikan sahabat-sahabat terbaik seperti kalian.

5. Teman-teman terbaik Cessa, Zahwa, Jay, Yui, dan Ryan terima kasih sudah selalu mendengarkan, menyemangati, dan menghibur penulis selama mengerjakan skripsi sehingga penulis bisa sampai tahap ini.
6. Teman-teman seperjuangan, yang telah berjuang bersama dalam menyelesaikan setiap tantangan akademik, saling menguatkan dan memberikan semangat tanpa henti.
7. Diri sendiri, terima kasih karena telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah ketika jalan di depan terasa gelap, ketika keraguan datang silih berganti, dan ketika langkah terasa berat untuk diteruskan. Terima kasih karena memilih untuk melanjutkan, walau seringkali tidak tahu pasti kemana arah ini akan membawa.
8. Almamater tercinta, Universitas Putra Bangsa, yang telah memberikan ilmu, pengalaman berharga, serta lingkungan untuk berkembang menjadi pribadi yang lebih baik.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk, *online customer review*, dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian Sepatu PVN pada PVN Official Store di Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian survei. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee yang pernah melakukan pembelian Sepatu PVN pada PVN Official Store di Shopee. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 130 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan pengukuran menggunakan skala likert. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, pengujian instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS 25.0 for Windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak semua variabel dinyatakan valid dan reliabel, memenuhi asumsi normalitas, tidak terjadi multikolinearitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Desain Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu PVN di PVN Official Store di Shopee. Desain Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu PVN di Toko Resmi PVN Shopee. Promosi Penjualan (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu PVN di Toko Resmi PVN Shopee. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,155 menunjukkan bahwa 15,5% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel desain produk, *online customer review*, dan promosi penjualan.

Kata Kunci: Desain Produk, Online Customer Review, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product design, online customer reviews, and sales promotions on purchasing decisions for PVN Shoes at the PVN Official Store on Shopee. This study uses a quantitative approach with a survey research method. The population used in this study were Shopee users who had purchased PVN Shoes at the PVN Official Store on Shopee. The sampling technique used a purposive sampling method and the number of samples used was 130 respondents. The data collection technique used a questionnaire with measurements using a Likert scale. The data analysis technique used descriptive analysis, research instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing using the SPSS 25.0 for Windows program. The results of this study indicate that not all variables are declared valid and reliable, meet the assumption of normality, there is no multicollinearity and no heteroscedasticity. Product Design (X1) has a positive and significant effect on purchasing decisions for PVN Shoes at the PVN Official Store on Shopee. Product Design (X2) has a positive and significant effect on purchasing decisions for PVN Shoes at the PVN Official Store on Shopee. Sales Promotion (X3) has a negative and significant effect on the purchasing decision for PVN Shoes at the PVN Official Store on Shopee. The coefficient of determination value of 0.155 indicates that 15.5% of the variation in purchasing decisions can be explained by the variables of product design, online customer reviews, and sales promotion.

Keywords: Product Design, Online Customer Review, Sales Promotion, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah menciptakan kehidupan dan waktu sehingga skripsi yang berjudul “**PENGARUH DESAIN PRODUK, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU PVN PADA PVN *OFFICIAL STORE DI SHOPEE*”**”, dapat diselesaikan penulis dengan lancar. Skripsi ini penulis susun untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat guna memperoleh sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa (UPB) Kebumen.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini banyak mendapat bimbingan, nasehat serta bantuan dari berbagai pihak. Berkaitan dengan hal tersebut penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada:

1. Joko Fitra, M.Sc., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan, bimbingan, dan motivasi yang membangun kepada penulis hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
2. Bapak dan Ibu Dosen beserta karyawan Universitas Putra Bangsa
3. Kedua orang tua tercinta, kedua kakak, dan adik saya yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan.
4. Teman-teman seperjuangan kelas Manajemen Reguler R (2021) yang selalu memberikan dukungan.
5. Semua pihak yang membantu kelancaran penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu ekonomi, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.



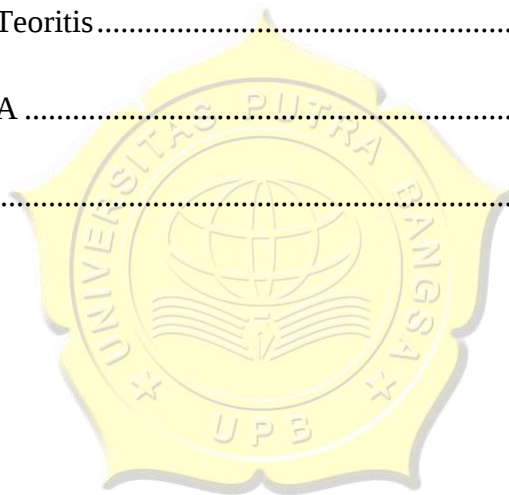
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Rumusan Masalah	8
1.3.Batasan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	11

BAB II.....	13
KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1.Tinjauan Teori	13
2.1.1.Keputusan Pembelian	13
2.1.2.Desain Produk.....	18
2.1.3. <i>Online Customer Review</i>	19
2.1.4.Promosi Penjualan	21
2.2.Penelitian Terdahulu.....	24
2.3.Hubungan Antar Variabel	26
a.Model Empiris.....	28
b.Hipotesis.....	28
BAB III	29
METODE PENELITIAN.....	29
3.1.Objek dan Subjek Penelitian	29
3.2.Variabel Penelitian	29
3.3.Definisi Operasional Variabel	29
3.4.Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	33
3.5.Data dan Teknik Pengumpulan Data	34
3.6.Populasi dan Sampel	36
3.7.Teknik Analisis.....	37

BAB IV	45
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.2 Analisis Deskriptif.....	46
4.2.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.2.1 Responden berdasarkan Domisili	47
4.2.3 Responden berdasarkan Usia	48
4.2.4 Responden berdasarkan Pekerjaan.....	48
4.2.5 Responden berdasarkan Pendapatan.....	49
4.3 Analisis Statistik.....	50
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	53
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda	55
4.3.4 Uji Hipotesis	57
4.4 Pembahasan.....	60
4.4.1 Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.4.2 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian....	62
4.4.3 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian	63
BAB V.....	64
SIMPULAN.....	57

5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	65
5.2.1 Bagi Pihak Perusahaan.....	65
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	66
5.3 Keterbatasan.....	66
5.4 Implikasi Manajerial.....	67
5.4.1 Implikasi Praktis	67
5.4.2 Implikasi Teoritis.....	68
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	77



DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Shopee Brand Terlaris Award.....	1
Tabel I.2 Hasil Observasi Keputusan Pembelian Sepatu PVN Pada PVN <i>Official Store</i> di Shopee.....	2
Tabel I. 3 Total Customer Review pada PVN <i>Official Store</i> di Shopee.....	5
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel III.1 Definisi Variabel Desain Produk.....	30
Tabel III.1 Definisi Variabel <i>Online Customer Review</i>	31
Tabel III.2 Definisi Variabel Promosi Penjualan.....	32
Tabel III.4 Definisi Variabel Keputusan Pembelian.....	33
Tabel IV.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel IV. 2 Responden berdasarkan Domisili	47
Tabel IV. 3 Responden berdasarkan Usia	48
Tabel IV. 4 Responden berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel IV. 5 Responden berdasarkan Pendapatan/bulan	49
Tabel IV. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	50
Tabel IV. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Desain Produk	51
Tabel IV. 8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Online Customer Review</i>	51
Tabel IV. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan.....	52
Tabel IV. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel IV. 11 Hasil Uji Normalitas	53
Tabel IV. 12 Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel IV. 13 Hasil Analisis Regresi Berganda	56

Tabel IV. 14 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	57
Tabel IV. 15 Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	59
Tabel IV. 16 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Model Empiris.....	28
Gambar IV.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Pengantar Kuesioner	78
Lampiran II Data Responden	82
Lampiran III Tabulasi Data.....	89
Lampiran IV Hasil Uji Validitas	95
Lampiran V Hasil Uji Reliabilitas.....	97
Lampiran VI Hasil Uji Asumsi Klasik.....	98
Lampiran VII Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	99
Lampiran VIII Hasil Uji Hipotesis.....	99
Lampiran IX Tabel R	100
Lampiran X Tabel T.....	104
Lampiran XI Tabel F.....	108
Lampiran XII Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal Skripsi.....	111
Lampiran XIII Kartu Konsultasi Skripsi.....	112