

## HALAMAN MOTTO

*“Jangan berani bermimpi tanpa melibatkan Allah. Agar saat kau jatuh ada Allah yang meraihmumu dan menggantinya dengan yang lebih baik. Dan saat kau berhasil , dunia tidak akan menipumu dengan kenikmatan yang sesaat”*



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada :

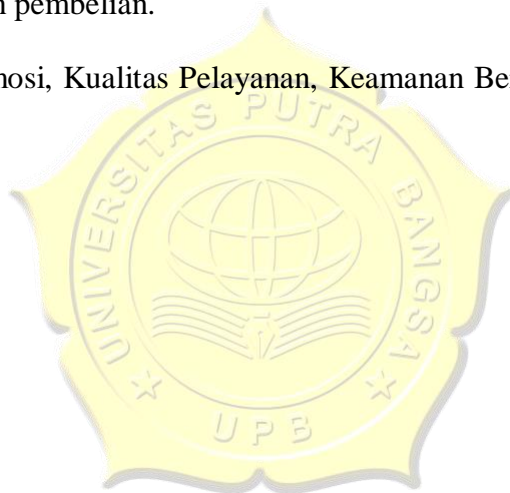
1. Kedua Orang Tuaku Tercinta Bapak Slamet Warsono dan Ibu Arwati yang telah mendoakan, mendukung, serta memberikan kasih sayang serta pengorbanannya selama ini.
2. Kakak dan kakak iparku yang senantiasa memberi semangat dan dukungan.
3. Kekasihku Putri Retno Utami yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan.
4. Teman dan saudaraku yang selalu memberikan semangat dan dukungannya.
5. Almamater yang aku banggakan Universitas Putra Bangsa



## ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan keamanan berbelanja terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. Penelitian ini dilakukan pada pengguna internet yang pernah berbelanja di Tokopedia di wilayah Kabupaten Kebumen. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan teknik purposive sampling, dengan hasil perhitungannya berjumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitas. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis korelasi dan analisis jalur yang bertujuan untuk menguji variabel promosi, kualitas pelayanan, dan keamanan berbelanja terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; (1) promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) keamanan berbelanja berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel promosi, kualitas pelayanan, dan keamanan berbelanja berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian.

**Kata kunci:** Promosi, Kualitas Pelayanan, Keamanan Berbelanja, dan Keputusan Pembelian



## **ABSTRACT**

*This research examines the influence of promotions, service quality and shopping safety on purchasing decisions at Tokopedia. This research was conducted on internet users who had shopped at Tokopedia in the Kebumen Regency area. This sampling technique uses a purposive sampling technique, with the calculation results amounting to 100 respondents. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. Data analysis in this research uses correlation analysis and path analysis which aims to test promotional variables, service quality and shopping safety on purchasing decisions at Tokopedia. The research results show that; (1) promotion has a significant effect on purchasing decisions, (2) service quality has a significant effect on purchasing decisions, (3) shopping safety has a significant effect on purchasing decisions, (4) simultaneous test results show that the variables promotion, service quality, and shopping safety have an effect simultaneously on purchasing decision variables*

**Keywords:** *Promotion, Service Quality, Shopping Safety, and Purchasing Decisions*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah menciptakan kehidupan dan waktu sehingga skripsi yang berjudul "PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN KEAMANAN BERBELANJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA" dapat diselesaikan penulis dengan lancar. Skripsi ini penulis susun untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

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

1. Ibu Dr. Prihartini Budi Astuti, S.E., M.Si, selalu dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan, bimbingan, dan motivasi yang membangun kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Kedua Orang Tuaku Tercinta Bapak Slamet Warsono dan Ibu Arwati yang telah mendoakan, mendukung, serta senantiasa memberikan kasih sayang serta pengorbanannya selama ini.
3. Kakak, kakak iparku, dan kekasihku terimakasih untuk masukan dan dukungan yang telah diberikan.
4. Kepada teman dan saudaraku atas semangat dan dukungan yang diberikan hingga saat ini.

5. Seluruh pihak yang membantu kelancaran penyusunan skripsi ini yang tidak penulis sebutkan satu persatu.

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

Kebumen, 24 Juli 2024

Rendi Krismanto



## 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
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
4.1. Batasan Masalah .....	9
4.2. Tujuan Penelitian .....	12
4.3. Manfaat Penelitian .....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1. Tinjauan Teori .....	15
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	15
2.1.2. Promosi .....	22
2.1.3. Kualitas Pelayanan.....	24
2.1.4. Keamanan Berbelanja .....	28
2.2. Penelitian Terdahulu .....	30
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	31
2.4. Model Empiris .....	34

2.5. Hipotesis.....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
3.1. Objek dan Subjek Penelitian.....	37
3.2. Variabel Penelitian.....	37
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	38
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	42
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6. Populasi dan Sampel.....	45
3.7. Teknik Analisis.....	46
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	55
4.2. Analisis Deskriptif.....	57
4.3. Analisis Statistik.....	60
4.4. Pembahasan.....	72
<b>BAB V SIMPULAN.....</b>	<b>77</b>
5.1. Simpulan.....	77
5.2. Keterbatasan.....	78
5.3. Implikasi.....	79
5.3.1 Implikasi Praktis.....	79
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel I - 1 Data Persaingan 5 Besar E-commerce di Indonesia.....	3
Tabel I - 2 Data Hasil Observasi Keputusan Pembelian di Tokopedia .....	5
Tabel II - 1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel III - 1 Distribusi Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	39
Tabel III - 2 Distribusi Variabel Promosi (X1).....	40
Tabel III - 3 Distribusi Variabel Kualitas Pelayanan (X2) .....	41
Tabel III - 4 Distribusi Variabel Keamanan Berbelanja (X3).....	41
Tabel IV - 1 Jenis Kelamin Responden.....	57
Tabel IV - 2 Usia Responden.....	58
Tabel IV - 3 Pendapatan Responden .....	59
Tabel IV - 4 Pendidikan Responden .....	59
Tabel IV - 5 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X1).....	60
Tabel IV - 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2) .....	61
Tabel IV - 7 Hasil Uji Validitas Variabel Keamanan Berbelanja (X3).....	62
Tabel IV - 8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	62
Tabel IV - 9 Hasil Uji Reliabilitas .....	63
Tabel IV - 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel IV - 11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
Tabel IV - 12 Hasil Uji t (Uji Parsial) .....	69
Tabel IV - 13 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	71
Tabel IV - 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I - 1 Peringkat Pengguna Internet di Asia tahun 2000 – 2021 .....	2
Gambar II - 1 Model Empiris .....	35
Gambar IV - 1 Hasil Uji Normalitas .....	64
Gambar IV - 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	66



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Kuesioner.....	85
Lampiran 2 Data Responden .....	89
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner.....	92
Lampiran 4 Data Hasil Uji SPSS .....	97
Lampiran 5 Tabel t.....	103
Lampiran 6 Tabel F.....	106
Lampiran 7 Tabel r.....	109
Lampiran 8 Kartu Konsultasi Skripsi.....	112
Lampiran 9 Kartu Peserta Seminar Proposal Skripsi .....	113

