

**PENGARUH KEMUDAHAN, CITRA MEREK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE MELALUI
SHOPEE**

SKRIPSI

**Diajukan guna memenuhi persyaratan
untuk memperoleh derajat Sarjana
Program Studi Manajemen**



Noni Ningsih

No. Mhs. 111701111

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KEMUDAHAN, CITRA MEREK, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE MELALUI SHOPEE**

Diajukan oleh :

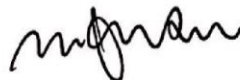
Noni Ningsih

No. Mhs. 111701111

Yogyakarta, 9/4 2024.

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



Drs. Eka Sudarusman, M.M

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KEMUDAHAN, CITRA MEREK, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE MELALUI SHOPEE**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Penguji Jurusan Manajemen

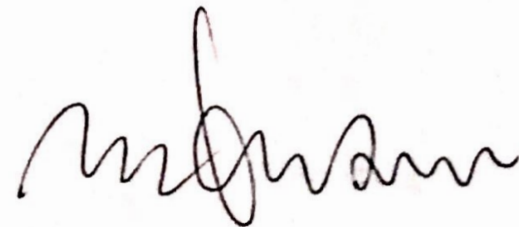
Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal, 19/05 2021

Yang terdiri atas :

Ketua

Anggota



Dr. Suparmono, SE, M.Si

Drs. Eka Sudarusman, M.M

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kemudahan, Citra Merek, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee” dan diajukan untuk diuji pada tanggal

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah olah sebagai tulisan saya sendiri dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis lainnya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta,

Yang memberi pernyataan



A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke.

Saksi 1, sebagai ketua tim penguji skripsi

A handwritten signature in black ink, appearing as a series of connected, wavy lines.

Saksi 2, sebagai pembimbing skripsi merangkap anggota tim penguji skripsi

MOTTO

“Balas dendam terbaik adalah kesuksesan yang hakiki”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabbil 'Alamiin

Puji Syukur terhadap Allah SWT, saya persembahkan skripsi ini untuk Ibu saya tercinta yang selalu bertanya kapan lulus serta sebagai wujud kasih sayang, bakti dan terimakasihku kepada orangtua yang senantiasa memberikan limpahan kasih sayang, do'a yang tulus, pengorbanan dan dukungan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada peneliti sehingga mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kemudahan, Citra Merek, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Online melalui Shopee”. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa banyak kekurangan karena keterbatasan pengalaman, kemampuan dan pikiran. Pada penyusunan skripsi peneliti mendapatkan banyak bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih atas bantuan yang telah diberikan baik secara langsung maupun tidak langsung selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan kali ini dengan setulus hati, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Suparmono, SE, M.Si selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.
2. Drs. Eka Sudarusman, M.M selaku dosen pembimbing yang banyak memberikan arahan, masukan, bimbingan selama penyusunan skripsi.
3. Ibu yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, motivasi, serta selalu mendoakan sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi.

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kemudahan, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee” merupakan hasil penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang pengaruh kemudahan, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non-Probability Sampling* yaitu metode *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diolah menggunakan SPSS versi 20. Analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Bersasarkan dari hasil penelitian menggunakan uji t diperoleh hasil bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.


Kata Kunci : Kemudahan, Citra Merek, Promosi, Keputusan Pembelian

4. Semua dosen dan karyawan STIM YKPN Yogyakarta yang telah memberikan masukan dan ilmu selama ini.
5. Ghofar Dwi Cahyo selaku orang terdekat yang selalu menemani dan membantu peneliti selama penyusunan skripsi.
6. Mega Jelita selaku sahabat tersayang yang selalu memberikan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman satu angkatan 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan dorongan dan membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Akan tetapi peneliti berharap, semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, peneliti dan khususnya pembaca pada umumnya.

Yogyakarta,

Peneliti



Noni Ningsih

111701111

ABSTRACT

The research entitled "The Effect of Ease, Brand Image and Promotion on Online Purchase Decisions through Shopee" is the result of quantitative research that aims to answer questions about the effect of convenience, brand image and promotion on purchasing decisions in the Shopee marketplace. The research method used is quantitative research using a survey method. The sampling technique used Non-Probability Sampling, namely purposive sampling method with a sample size of 100 respondents. The data collection technique used a questionnaire which was processed using SPSS version 20. Data analysis used multiple linear regression.

Based on the results of research using the t test, it was found that the convenience variable had a positive and significant effect on purchasing decisions , the brand image variable had a positive and significant effect on purchasing decisions and the promotion variable had an effect. positive on purchasing decisions.

Keywords: Perceived ease of use, Brand Image, Promotion, Purchase Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESA	7
A. Landasan Teori	7
B. Hipotesis Penelitian	11
a. Hubungan Antar Variabel	11
b. Kerangka Penelitian	13
BAB III METODE PENELITIAN	14
A. Definisi Konsep	14

B. Definisi Operasional.....	15
C. Obyek dan Subyek Penelitian.....	17
D. Populasi dan Sampel.....	17
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	18
F. Jenis Data dan Sumber Data.....	19
G. Metode Pengumpulan Data.....	19
H. Metode Analisis Data.....	20
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA...26	
A. Gambaran umum PT Shopee.....	26
a. Visi dan Misi Perusahaan.....	27
b. Logo Perusahaan.....	27
c. Skala Usaha, Perkembangan Usaha dan Strategi Secara Umum.....	27
d. Produk dan Layanan.....	29
B. ANALISIS DATA.....	30
a. Karakteristik Responden.....	30
b. Uji Instrumen.....	31
c. Uji Asumsi Dasar.....	37
d. Asumsi Klasik.....	38
e. Regresi Linier Berganda.....	40
f. Uji Hipotesis.....	42
Pembahasan.....	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN46	
A. Kesimpulan46	
B. Saran.....47	
DAFTAR PUSTAKA.....48	
LAMPIRAN.....53	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	30
Tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia.....	30
Tabel 4.3 hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan.....	31
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	32
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	33
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	34
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan(X1).....	35
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X2).....	35
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X3).....	36
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	36
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	37
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	38
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	39
Tabel 4.14 Hasil Regresi linier berganda.....	40
Tabel 4.15 Hasil Uji t.....	42
Tabel 4.16 Hasil uji koefisien determinasi (R ²).....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 logo shopee.....	27
-----------------------------	----