

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
APLIKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SHOPEE
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA)**

SKRIPSI

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen Strata - 1



DISUSUN OLEH

NAMA : BRINNA PRILLY ZERLINDA

NIM : 04151503125024

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2020

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
APLIKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SHOPEE
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen Strata - 1



DISUSUN OLEH

NAMA : BRINNA PRILLY ZERLINDA

NIM : 04151503125024

FAKULTAS/JURUSAN : EKONOMI MANAJEMEN

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Brinna Prilly Zerlinda

NIM : 041501503125024

Program Studi: Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri dan seluruh isi skripsi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya menentumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikawal pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan seluruhnya.

Jakarta, 31 Januari 2020

Hormat Saya,
PETERAI
KAPSEL
0000
Brinna Prilly Zerlinda

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Brinna Prilly Zerlinda

Nim ; 041501503125024

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Keputusan Pembelian melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarya Negara Indonesia)

Tanggal Ujian :

Jakarta, 31 Januari 2020

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



(Dr. Guston Sitorus, SE, MM)



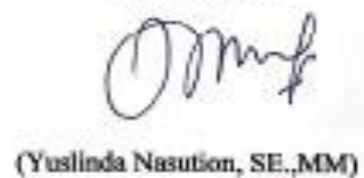
(Dr. Subagyo, SE, MM)

Dekan



(G.L.Hery Prasetya, SE,MM)

Ketua Jurusan



(Yuslinda Nasution, SE.,MM)

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
APLIKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI
APLIKASI SHOPEE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA)**



Anggota Penguji

(Dr. Arifin Siagian, SE, MM)

Anggota Penguji

(Agus Wahyono, SE,MM)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Outline yang berjudul : **Pengaruh Harga, Promosi dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia)**. Proposal ini merupakan persyaratan melanjutkan penyusunan Skripsi untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia.

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal outline ini. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Satya Negara Indonesia Dra. Merry L. Panjaitan, MM., MBA.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia, G.L. Hery Prasetya, SE, MM.
3. Ketua Jurusan Manajemen Yuslinda Nasution, SE,MM yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan memberikan saran kepada penulis dalam menyusun skripsi.

4. Dosen Pembimbing I , Dr. Guston Sitorus, SE, MM yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan memberikan saran kepada penulis dalam menyusun skripsi.
5. Dosen Pembimbing II , Dr. Subagiyo, SE, MM yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan memberikan saran kepada penulis dalam menyusun skripsi.
6. Bapak, Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Untuk para staff Universitas Satya Negara Indonesia yang telah membantu penulis dalam mengurus administrasi dari awal masuk kuliah sampai sekarang.
8. Keluarga penulis, kepada Ayah Giyantoro dan Ibu saya Yulianti yang selalu mendoakan yang terbaik, mendukung, dan selalu ada untuk saya.
9. Sahabat-sahabat saya "Geng Love", "Kecebung" yang selalu memberikan semangat, membantu dan mendoakan.
10. Teman-teman seperjuangan menyelesaikan skripsi ini bersama.

Penulis berharap semoga ini dapat bermanfaat dan memberikan khasanah ilmu pengetahuan bagi penulis sendiri dan orang lain yang membacanya.

Jakarta, 31 Januari 2020


Brinna Prilly Zerlinda

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan kemudahan terhadap keputusan pembelian online melalui aplikasi Shopee (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Hair dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 80 responden. Penelitian ini menggunakan metode yang digunakan adalah metode kausal. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda dengan bantuan program SPSS versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan variabel harga, promosi, dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen hanya sebesar 40,4% sedangkan sisanya sebesar 59,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Kemudahan, Keputusan Pembelian.



ABSTRAK

This research was conducted with the aim to determine the effect of price, promotion, and convenience to online purchasing decisions through the Shopee application (case study on students of the Faculty of Economics, Satya Negara Indonesia University). The sample used in this study used the Hair formula with 80 respondents taken. This research uses the method used is a causal method. The analytical tool used is Multiple Linear Regression Analysis with the help of SPSS version 22. The results of this study indicate that both partially and simultaneously variables of price, promotion, and convenience have a positive and significant effect on purchasing decisions. While the contribution of the influence of independent variables on the dependent variable is only 40.4% while the remaining 59.6% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: Price, Promostion, Convenience, Purchasing Decisions.

