

**PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI
ONLINE SHOPEE
(STUDI PADA MAHASISWA PENGGUNA APLIKASI
SHOPEE DI KOTA PADANG)**

SKRIPSI

*Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana Manajemen*



Diajukan Oleh:

RANI INDASWARI
NPM. 1810011211074

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG
2023**

JUDUL SKRIPSI
PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI ONLINE
SHOPEE
(STUDI PADA MAHASISWA PENGGUNA SHOPEE DIKOTA PADANG)

Oleh

Nama : Rani Indaswari
NPM : 1810011211074

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal 16 Agustus 2023

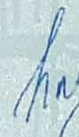
Menyetujui

Pembimbing



(Linda Wati, S.E., M.Si)

Ketua Program Studi



(Linda Wati, S.E., M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI ONLINE
SHOPEE
(STUDI PADA MAHASISWA PENGGUNA SHOPEE DIKOTA PADANG)

Oleh

Nama : Rani Indaswari
NPM : 1810011211074

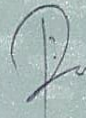
Tim Penguji

Ketua



(Linda Wati, S.E., M.Si)

Sekretaris



(Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc)

Anggota



(Yuhelmi, S.E., MM)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
pada tanggal 16 Agustus 2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta



(Dr. Erni Febria Harahap, S.E., M.Si)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya. Penulis bisa menyelesaikan skripsi berjudul: **“Pengaruh Promosi, Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Online Shopee (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Padang)”**.

Skripsi ini dibuat guna memenuhi syarat ujian guna mendapatkan gelar Sarjana Manajemen program strata 1 jurusan Manajemen, Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Bung Hatta Padang.

Penulis menyadari jika pada saat menulis skripsi ini masih jauh dari sempurna, serta banyak yang perlu diperbaiki pada metode penulisan ataupun di saat membahas materi. Ini dikarenakan penulis masih banyak kekurangan. akibatnya penulis ingin mendapatkan komentar yang sifatnya membangun semoga pada kemudian hari bisa memperbaiki semua kekurangannya.

Pada penulisan skripsi ini, penulis selalu memperoleh bimbingan, dukungan, dan semangat dari banyak pihak. Oleh sebab itu, penulis banyak berterimakasih yang sebanyak-banyaknya untuk pembimbing yang terhormat yaitu Yth. Ibu Linda Wati, S.E, M.Si dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga serta pikirannya untuk membimbing penulis pada saat penulisan skripsi ini, selain pembimbing penulis juga ingin mengucapkan banyak rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Erni Febrina Harap, S.E, M.Si selaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeritas Bung Hatta.
2. Ibu Herawati, S.E, M.Si. AK, CA selaku wakil dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeritas Bung Hatta.
3. Ibu Lindawati, S.E, M.Si selaku pembimbing dan ketua jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta, terimakasih atas semua ilmu yang ibu berikan kepada penulis, baik selama perkuliahan maupun selama proses bimbingan skripsi dengan meluangkan waktu ibu, sehingga terselesaikan skripsi ini.

4. Bapak Purbo Jadmiko S.E, M.Sc selaku sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
5. Segenap dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu yang berharga untuk penulis serta para karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bantuan dalam kelancaran penyusunan skripsi ini.
6. Terimakasih untuk almh mamaku yang selalu memberi semangat dan motivasi sehingga skripsi ini terselesaikan.
7. Terimakasih kepada sahabat, saudara dan keluarga yang telah memberi dorongan dan semangat disaat aku ingin menyerah, sehingga akhirnya aku bisa menyelesaikan perkuliahan ini.
8. Terimakasih kepada calon suamiku rizki pratama yang selalu memberi motivasi, dukungan, arahan-arahan yang positif hingga sampai di titik ini.

Akhirnya, penulis banyak berterimakasih kepada semua pihak dan jika ada yang tak disebutkan penulis meminta maaf, dengan besar harapan mudah-mudahan skripsi yang ditulis oleh penulis ini bisa bermanfaat khususnya untuk penulis sendiri dan khususnya untuk pembaca. Untuk semua pihak yang sudah menolong dalam penulisan skripsi ini mudah-mudahan semua amal dan ibadahnya memperoleh balasan yang berlimpah dari Tuhan Yang Maha Esa, Aamiin.

Padang, 14 Agustus 2023

Rani Indaswari

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwasanya dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan untuk kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya ataupun pendapat yang pernah di tulis ataupun di terbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis di ajukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, 14 Agustus 2023

Penulis

Rani Indaswari

**PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
APLIKASI ONLINE SHOPEE
(STUDI PADA MAHASISWA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI
KOTA PADANG)**

Rani Indaswari¹, Linda Wati²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email : Raniindaswari42@gmail.com, Lindawati@bunghatta.ac.id

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk promosi, kemudahan, kepercayaan serta mengetahui konsumen terhadap keputusan pembelian pada aplikasi online shoppe. sampel yang digunakan pada penelitian ini mahasiswa yang menggunakan aplikasi online shoppe di kota Padang dengan jumlah 60 respon, teknik yang diterapkan pada pengambilan sampel yakni purpose sampling. Data diperoleh dari 150 responden yang secara langsung membaca kuesioner tentang aplikasi shopee online melalui Kuisisioner online untuk mengumpulkan data. jenis data yang dipakai adalah data primer dengan pembagian kuesioner, metode analisis data yang diterapkan yakni analisis regresi linear berganda hasil penelitian ini menerangkan bahwa desain promosi membawa pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudahan membawa pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kepercayaan tidak membawa pengaruh signifikan terhadap konsumen keputusan pembelian.

Kata Kunci : *promisi, kemudahan, kepercayaan, keputusan pembelian.*

**EFFECT OF PROMOTION, CONVENIENCE, AND TRUST ONLINE
SHOPEE APPLICATIONS
(STUDY ON STUDENTS USING THE SHOPEE APPLICATION IN
PADANG CITY)**

Rani Indaswari¹, Linda Wati²
**Management Faculty Of Economics And Business, Bung Hatta University Study
Program,**

Email: raniindaswari42@gmail.com, lindawati@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of promotional product design, convenience, trust and knowing consumers on purchasing decisions on the online shoppe application the sample used in this study was students who used the online shoppe application in the city of Padang with a total of 60 responses, the technique used for sampling was purposive sampling. Data were obtained from 150 respondents who directly read the questionnaire about. The type of data used was primary data by distributing questionnaires the data analysis method used was multiple linear regression analysis. The results of this study explained that promotional design had a significant influence on purchasing decisions. Convenience has a significant influence on purchasing decisions Trust does not have a significant influence on consumer purchasing decisions.

Keywords: *promotion, convenience, trust, purchase decision.*

DAFTAR ISI

HALAMAN.....	
KATA PENGANTAR.....	i
PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	X
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	8
1.3.Tujuan Penelitian	9
1.4.Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS PENELITIAN	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Planned Behavior.....	11
2.1.2. Promosi.....	13
2.1.3. Kemudahan.....	16
2.1.4. Kepercayaan	18
2.1.5. Keputusan Pembelian	20
2.2. Penelitian Terdahulu	27
2.3. Pengembangan Hipotesis	29
2.3.1. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	29
2.3.2. Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian	30
2.3.3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	31
2.4. Kerangka Konseptual.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1.Populasi dan Sampel	33
3.2.Teknik Pengumpulan Data	34
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.4.Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1. Analisis Deskriptif	39
4.2. Model Pengukuran (Outer Pengukuran)	41
4.2.1. Pengujian Validitas (Convergent Validity).....	41
4.2.2. Pengujian Validitas Diskriminan (Discriminat Validity).....	43
4.3. Pengujian Realibilitas	45
4.3.1. Model Struktural (Inner Model).....	46
4.4. Pengujian Hipotesis.....	47
4.5. Hasil dan Pembahasan.....	48

4.5.1. pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.....	48
4.5.2. pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembelian.....	49
4.5.3. pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1. Kesimpulan	52
5.2. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Data Pengunjung Shopee.....	5
Tabel 2.1. Hasil Penelitian Yang Relevan	28
Tabel 4.1. Statistik Deskriptif Promosi (X1)	39
Tabel 4.2. Statistik Deskriptif Kemudahan (X2)	40
Tabel 4.3. Statistik Deskriptif Kepercayaan (X3)	40
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	41
Tabel 4.5. Pengujian Validitas	42
Tabel 4.6. Pengujian Validitas Diskriminan	43
Tabel 4.7. Fornell-Larcker Criterion Antara Variabel	44
Tabel 4.8. Hasil Cross Loading.....	44
Tabel 4.9. Pengujian Reabilitas.....	45
Tabel 4.10. Nilai R Square dan Q Square	47
Tabel 4.11. Pengujian Hipotesis	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Volume Penjualan Shopee	7
Gambar 2.1. Proses Keputusan Pembelian	21
Gambar 2.2. Skema Hubungan X1,X2,X3,dan Y	32
Gambar 4.1. Model Struktural outer Model.....	43
Gambar 4.2. Model Struktural Inner Model.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Profil Responden dan kuesioner penelitian	57
Lampiran 2. tabulasi data	61
Lampiran 3. Hasil uji validitas dan Reabilitas	68
Lampiran 4 .Hasil Pengujian Hipotesis.....	69
Lampiran 5 .Hasil Cross Loading	70
Lampiran 6 .Hasil Uji Deskriptif	71

