

**PENGARUH HARGA, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN KUALITAS INFORMASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE***

(Studi Kasus Mahasiswa/i pengguna aplikasi LAZADA di PTN Di Kota Padang)

PROPOSAL SKRIPSI



KRISDA MEIYANTI SIMANULLANG

1710011211052

Dosen Pembimbing : Dahliana Kamener BS., MBA

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BUNG HATTA

PADANG

2021

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

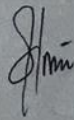
Nama : Krisda Meiyanti Simanullang
NPM : 1710011211052
Program Studi : Strata I (S1)
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Persepsi Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian pada aplikasi lazada di PTN di Kota Padang

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan Kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada tanggal 09 Agustus 2021.

Disetujui oleh,

Pembimbing Skripsi

PLT Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dahliana Kamener BS, MBA



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang , 19 Agustus .2021

Krisda Meiyanti Simanullang

**PENGARUH HARGA, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN KUALITAS
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE
(Studi Kasus Mahasiswa/i pengguna aplikasi LAZADA di PTN Di Kota Padang)**

**Krisda Meiyanti Simanullang¹, Dahliana Kamener²,
Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta
E-mail: krisdahye17@gmail.com¹, dahlianakamener@bunghatta.com²**

ABSTRAK

Penelitian ini menguji hubungan antara pengaruh variabel Harga, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Informasi terhadap keputusan pembelian konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi lazada di PTN di Kota Padang. Dengan jumlah sampel sebanyak 80 orang responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pengguna aplikasi lazada di PTN di Kota Padang. Dan variabel kualitas informasi memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: Harga , Perespsi Kemudahan Penggunaan , Kuaitas Informasi keputusan pembelian konsumen.

**THE INFLUENCE OF PRICE, PERCEPTION OF EASY, AND QUALITY OF
INFORMATION ON ONLINE PURCHASE DECISIONS
(CASE STUDY OF LAZADA APPLICATION USERS IN PTN IN PADANG CITY)**

Krisda Meiyanti Simanullang¹, Dahliana Kamener²,
Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University
E-mail: krisdahye17@gmail.com¹, dahlianakamener@bunghatta.com²

ABSTRACT

This study examines the relationship between the effect of the variables Price, Perceived Ease of Use and Information Quality on consumer purchasing decisions. The population in this study were users of the Lazada application at PTN in Padang City. With a sample of 80 respondents who were selected using purposive sampling technique. Based on the results of the study, it can be concluded that the price has a positive and significant impact on consumer purchasing decisions. Perception of ease of use has a positive but not significant effect on consumer purchasing decisions. The quality of information has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions on Lazada application users at PTNs in Padang City. And the information quality variable has the most dominant influence on consumer purchasing decisions.

Keywords:*Price, Perception of Ease of Use, Quality of Information on consumer purchasing decisions.*

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PERNYATAAN	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	10
2.1 Keputusan Pembelian Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Tahap-Tahap Keputusan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Harga	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Faktor yang mendorong terbentuknya harga.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Persepsi Kemudahan penggunaan	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Pentingnya persepsi kemudahan penggunaan	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Faktor faktor persepsi kemudahan penggunaan	Error! Bookmark not defined.
2.4 Kualitas Informasi	Error! Bookmark not defined.
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
2.5.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.5.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.5.3 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Keputusan pembelian.....	20
2.6 Mapping Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2.7 Kerangka Konseptual	Error! Bookmark not defined.

BAB III METODE PENELITIAN.....25

3.1 Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Populasi dan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.2. Metode Pengambilan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.4 Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.5. Defenisi Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Keputusan Pembelian Konsumen	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Harga	Error! Bookmark not defined.
3.5.3 Persepsi kemudahan penggunaan	Error! Bookmark not defined.
3.6 Pengukuran Instrumen	Error! Bookmark not defined.
3.7 Teknik Analisa Data	Error! Bookmark not defined.
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.7.2 Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
3.7.3.1 Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
3.7.3.2 Uji Linearitas	Error! Bookmark not defined.
3.7.3.3 Uji Multikolinearitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.3.4 Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
3.7.4 Uji Kelayakan Model.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.5 Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.
3.7.6 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....35

4.1 Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1. Response Rate.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Profil Responden	Error! Bookmark not defined.
4.1.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.1 Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.2 Harga	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.3 Persepsi Kemudahan Penggunaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.4 Kualitas Informasi	Error! Bookmark not defined.
4.1.4 Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.4.1 Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
4.1.4.2 Harga	Error! Bookmark not defined.
4.1.4.3 Persepsi Kemudahan Penggunaan ...	Error! Bookmark not defined.

4.1.4.4 Kualitas Informasi	Error! Bookmark not defined.
4.1.5 Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
4.1.5.1 Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
4.1.5.2 Uji Linearitas	Error! Bookmark not defined.
4.1.5.3 Uji Multikolinearitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.5.4 Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
4.1.6 Uji Kelayan Model	Error! Bookmark not defined.
4.1.7 Koefisien Determinan (R^2)	Error! Bookmark not defined.
4.1.8 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.2 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.2.1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.3. Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.

BAB V	PENUTUP.....	59
5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.	
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.	
5.3 Keterbatasan	Error! Bookmark not defined.	