

**PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE**

(PADA VALEY STORE DI MEDIA INSTAGRAM)

SKRIPSI



OLEH:

ARIEF RAHMAN HASYIM. J

1710011211027

Dosen Pembimbing

DAHLIANA KAMENER, B.S., MBA

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen*

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG
2022**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Nama : Arief Rahman Hasyim . J
NPM : 1710011211027
Program Studi : Strata Satu (S1)
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi,Kepercayaan dan Harga Terhadap
Keputusan Pembelian Online (Pada Valey store Di
MediaInstagram)

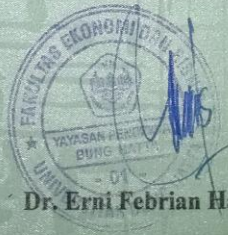
Telah disetujui skripsi ini sesuai dengan prosedur, ketentuan, dan kelaziman yang berlaku dan telah dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada hari **Kamis, 17 Februari 2022.**

Pembimbing Skripsi



Dahliana Kamener B.S., MBA

Disetujui Oleh,
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta**



Dr. Erni Febrian Harahap, S.E., M.Si

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 dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, 3 Maret 2022

Arief Rahman Hasyim. J

**PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE***

(Pada Valey Store Di Media Instagram)

Arief Rahman Hasyim. J¹, Dahliana Kamener¹,

**Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta E-mail:
ariefrahman18571@gmail.com, dahlianakamener@bunghatta.ac.id**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh promosi, kepercayaan dan harga terhadap keputusan pembelian online. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner secara online menggunakan google form. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Konsumen Valley store pada media instagram yang berjumlah sebanyak 100 responden. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah PLS dan SPSS. Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan metode analisis meliputi: Measurement Model Assessment , Analisis Deskriptif, R Square, Q square dan Structural Model Assessment. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa Promosi berpengaruh positif atau signifikan terhadap keputusan pembelian online. Kepercayaan berpengaruh positif atau signifikan terhadap pembelian online. Harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian online.

Kata Kunci: Promosi, Kepercayaan, Harga, Keputusan Pembelian Online

THE EFFECT OF PROMOTION, TRUST, AND PRICE ON ONLINE PURCHASE DECISIONS

(On Valey Store On Instagram Media)

Arief Rahman Hasyim. J¹, Dahliana Kamener¹,

Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University

E-mail: ariefrahman18571@gmail.com, dahlianakamener@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aim to explain the Effect Of Promotion, Creadibility and Price On Consumer Decisions. This study use data collection methods by distributing online questionnaires using google form. The population and sample used in this study are Valley store consumers on instagram, totaling 100 respondents. The data analysis methods in this study were PLS AND SPSS. The hypotheses in this study were tested using analytical methods including : Measurement Model Assessment, Descriptive Analysis, R Square, Q Square and Structural Model Assessment. From the test results it can be concluded that the Promotion has a positive or significant effect on online purchase, Creadibility has a positive or significant effect on online purchase, Price has a positive effect but not significant on online purchase.

Keyword : Price, Promotion, Creadibility, Online purchase

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi,Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Konsumen Berbelanja Online Di Media Instagram” tepat pada waktunya.

Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Tafdil Husni, S.E., MBA selaku Rektor Universitas Bung Hatta
2. Orang tua dan teman yang telah memberikan doa, dorongan dan semangat selama penyusunan proposal ini.
3. Bapak Dr. Hidayat. S.T., M.T., IPM selaku Dekan Universitas Bung Hatta
4. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap.S.E., M.Si. Selaku Dekan Falkutas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta
5. Dahliana Kamener B.S., MBA. Selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam memberikan bimbingan baik berupa ilmu, petunjuk maupun saran-saran dan pendapat yang sangat penulis butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmunan dan pengetahuan semasa perkuliahan dan para karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang memberikan bantuan dan kelancaran dalam kepengurusan skripsi ini
7. Kepada kedua orangtua Ayah (Jaswir) dan Ibu (Elvia Desianti) yang telah memberikan kasih sayang, perhatian dan selalu memberikan dukungan serta semangat dan yang terutama doa yang sangat baik dan mulia sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik untuk mendapatkan gelar sarjana. Keluarga besar yang juga mensupport dalam hal, untuk kelancaran masa studi selama lebih kurang 4 tahun ini.
- 8 Teruntuk teman-teman seperjuangan, Bayu Setiawan, Indra Kurniawan, Sindy Melinda Ardi, Rezki Hermansyah dan serta seluruh teman-teman jurusan manajemen angkatan 2017
9. Terima kasih untuk semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
10. Penulis menyadari bahwa skripsi, yang dibuat ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak, demi kesempurnaan penulis pada masa yang akan datang. Semoga skripsi ini berguna bagi kita semua Amin Allahumma Aamiin Ya Rabbal Alamin. Terimakasih

Padang, 16 Mei 2021

Penulis

Arief Rahman Hasyim J

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PERNYATAAN	ii
ABSTRAK.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	
Error! Bookmark not defined.	
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	Error!
Bookmark not defined.	
2.1 Keputusan pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Faktor-Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian ...	Error! Bookmark
not defined.	
2.2 Promosi.....	Error
! Bookmark not defined.	

2.2.1 Tujuan Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Faktor-Faktor Mempengaruhi Promosi ...	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kepercayaan.....	Error ! Bookmark not defined.
2.3.1 Faktor-Faktor Mempengaruhi Kepercayaan	Error! Bookmark not defined.
2.4 Harga	Error! Bookmark not defined.
2.4.1 Faktor –faktor mempengaruhi Harga	Error! Bookmark not defined.
2.5 Pengembangan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
2.5.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.5.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2.5.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.6 Kerangka Konseptual	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Objek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3 Jenis Data dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Jenis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.4 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5 Definisi Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.

3.5.1 Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.3 Kepercayaan	Error! Bookmark not defined.
3.5.4 Harga	Error! Bookmark not defined.
3.6 Pengukuran Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
3.7 Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.1 Partial Least Square.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Deskripsi Hasil Penyebaran Kuesioner.....	29
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender dan Umur.....	29
4.2 Analisis Deskriptif.....	45
4.3 Pengaruh Model Struktural (<i>Inner model</i>).....	49
4.4 Pengujian Hipotesis.....	50
4.5 Pembahasan.....	52
4.5.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.5.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian.....	53
4.5.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran	57
5.4 Implikasi Penelitian.....	58
5.5 Keterbatasan Penelitian.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	3
Tabel 4.1	30
Tabel 4.2.....	31
Tabel 4.3.....	32
Tabel 4.4.....	32
Tabel 4.5.....	34
Tabel 4.6.....	37
Tabel 4.7.....	39
Tabel 4.8.....	43
Tabel 4.9.....	46
Tabel 4.10.....	47
Tabel 4.11	48

Tabel 4.12	49
Tabel 4.13	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	2
Gambar 2.1	10
Gambar 4.1	37
Gambar 4.2	39
Gambar 4.3	42

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Kuesioner
- Lampiran II : Tabulasi Data
- Lampiran III : Profil Responden
- Lampiran IV : Model Pengukuran (*Outer Loading Tahap 1*)
- Lampiran V : Model Pengukuran (*Outer Loading Tahap 2*)
- Lampiran VI : *Output Outher Loading*
- Lampiran VII : Model Pengukuran (*Outer Loading Tahap 3*)
- Lampiran VIII: Analisis Deskriptif
- Lampiran IX : Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)
- Lampiran X : Pengujian Hipotesis (*Path Coeficients*)

