

**PENGARUH KEAMANAN, PROMOSI DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS
BUKALAPAK**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menempuh Skripsi

Pada program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Disusun oleh

MEGAPUTRI ANUGRAH CINTA SUYONO

141110001349

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA
JEPARA
2018**

**PENGARUH KEAMANAN, PROMOSI DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS
BUKALAPAK**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menempuh Skripsi

Pada program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Disusun oleh

MEGAPUTRI ANUGRAH CINTA SUYONO

141110001349

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA
JEPARA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH KEAMANAN, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS BUKALAPAK

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan dihadapan
tim penguji Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Nama : Megaputri Anugrah Cinta Suyono
NIM : 141110001349
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh Pembimbing

Pembimbing,



(Hj. Nurul Komariatin, S.E., M.Si)

NIY. 170101597013

Tanggal : 22 / 9 / 2018

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KEAMANAN, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS BUKALAPAK

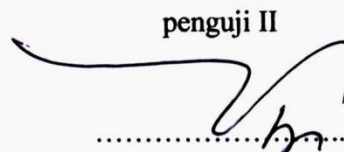
Nama : Megaputri Anugrah Cinta Suyono
NIM : 141110001349
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan penguji
Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Nahdlatul ulama Jepara.

Pada hari...*Rabu*..., tanggal ...*26 September 2018* ..

Penguji I


penguji II


Pengesahan

Ketua

Program Studi Manajemen



(A. Khoirul Anam, SE., M.Si.)

NIY. 1 800421 06 041

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ PERCAYALAH TUHAN SELALU ADA DISISIMU “

“SESUNGGUHNYA BERSAMA KESULITAN ADA KEMUDAHAN MAKA
APABILA ENKKAU SELESAI (DARI SUATU URUSAN) TETAPLAH
BEKERJA KERAS (UNTUK URUSAN YANG LAIN) DAN HANYA KEPADA
ALLAH ENKKAU BERHARAP”

(QS. AL-INSYIRAH : 6-8)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari program S-1 jurusan Manajemen. Skripsi merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar strata 1 (S-1) dari Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara maupun dari perguruan tinggi lainnya.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi berjudul: "Pengaruh Keamanan, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Bukalapak
2. Saya juga mengakui bahwa hasil karya akhir ini, dapat di selesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing saya yaitu Bapak **Hj. Nurul Komariyatn,S.E.,M.Si**

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima **PENCABUTAN GELAR AKADEMIK** yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.



Jepara, 26 September 2018.

Megaputri Anugrah Cinta Suyono

(141110001349)

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan teknologi dan informasi yang mengubah cara bertransaksi perdagangan dan sistem pemasaran. E-commerce merupakan salah satu tehnik memasarkan prodduk secara langsung yang dilakukan melalui jaringan internet.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Keamanan, Promosi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Bukalapak, dengan mengambil sampel responden melalui pengguna Bukalapak yang pernah melakukan transaksi sebanyak 96 responden. Jumlah sampel tersebut diambil menggunakan teknik *Non Probability sampling* pengambilan secara acak. Variabel independen penelitian ini adalah Keamanan (X_1), Promosi (X_2) Harga (X_3) serta Keputusan Pembelian sebagai Variabel dependen (Y).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan. Variabel Keamanan dan Promosi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dan berkorelasi positif. Sedangkan secara simultan variabel Keamanan, Promosi, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien Determinasi dalam penelitian ini yaitu 0,294. Hal ini berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 0,294 atau 29,4% sedangkan sisanya 70,6% dijelaskan faktor lain diluar penelitian ini.

Kata kunci : Keamanan, Promosi, Harga, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkah dan rahmatnya, dan tidak pula junjungan kita Nabi Muhammad S.A.W sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“PENGARUH KEAMANAN, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS BUKALAPAK.**

Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta bimbingan maupun petunjuk dan saran dari semua pihak. Maka dari itu penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini khususnya :

1. Bapak **Dr. H. Sa'dullah Assaidi, M.Ag.** selaku Rektor Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
2. Bapak **Muhammad Imron, S.E, M.Si** selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
3. Bapak **Khoirul Anam, S.E, M.Si** selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
4. Bapak **Hj. Nurul Komariyatin, S.E., M.Si** selaku dosen yang berkenan memberikan saran serta kritik terselesainya karya tulis ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menjalani Studi di UNISNU Jepara.
6. Staff dan seluruh karyawan yang bertugas di UNISNU Jepara yang telah membantu dalam melancarkan terselesainya Skripsi ini dengan baik.
7. Seluruh responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
8. Semua rekan-rekan mahasiswa, dan teman-teman yang telah membantu penulis dan semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan karya tulis ini.

9. Kedua orang tua penulis Bapak Agus Suyono dan Ibu Juwariyah, dan juga kepada adik perempuan penulis Bella Mahardikaputri Suyono.

10. Serta seluruh pihak yang membantu dalam penyusunan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan karya tulis ini masih terdapat banyak kekurangan, kritik serta saran yang sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang, maka penulis mengucapkan terima kasih yang tak terkira, semoga karya tulis ini dapat berguna bagi pembaca.
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jepara...26 September 2018

Penulis



Megaputri Anugrah Cinta Suyono

(141110001349)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	10
1.3. Rumusan Masalah.....	10
1.4. Batasan Masalah.....	11
1.5. Tujuan Penelitian.....	11
1.6. Manfaat Penelitian.....	12
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	13

2.1.	Landasan Teori.....	13
2.1.1.	Pemasaran.....	13
2.1.2.	Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.3.	Perilaku Konsumen.....	15
2.1.4.	Internet.....	17
2.1.5.	E-commerce	18
2.1.6.	Keputusan Pembelian.....	18
2.1.7.	Keamanan.....	26
2.1.8.	Promosi.....	27
2.1.9.	Harga.....	31
2.2.	Hasil Penelitian Terdahulu.....	38
2.2.1	Perbedaan Penelitian.....	40
2.3.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	41
2.4.	Perumusan Hipotesis Penelitian.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....		44
3.1.	Variabel penelitian dan Definisi operasional variabel.....	44
3.2.	Jenis dan Sumber Data.....	46
3.2.1.	Jenis Penelitian.....	46
3.2.2.	Sumber Data.....	47
3.3.	Populasi, Sampel, Ukuran sampel, dan Teknik pengambilan sampel.....	48

3.3.1. Populasi.....	48
3.3.2 Jumlah Populasi.....	48
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	49
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	50
3.4.1. Study Lapangan/Survey.....	50
3.4.2. Survey Online.....	51
3.4.3 Study Pustaka.....	51
3.5. Metode Pengolahan Data.....	52
3.5.1. Pengukuran Data.....	52
3.6. Metode Analisis Data.....	54
3.6.1 Statistik Deskriptif.....	55
3.6.2 Uji Validitas dan Realibilitas.....	55
3.6.2.1. Uji Validitas.....	55
3.6.2.2. Uji Realibilitas.....	56
3.6.3.Uji Asumsi Klasik.....	57
3.6.3.1.Uji Normalitas Data.....	57
3.6.3.2.Uji Multikolinieritas.....	58
3.6.3.3.Uji Heteroskedasitas.....	58
3.6.3.4.Uji Autokorelasi.....	59
3.6.3.5.Koefisien Determinasi(R ²).....	60
3.6.4.Uji Hipotesis.....	61

3.6.4.1. Uji Regresi Linier Berganda.....	61
3.6.4.2. Uji Hipotesis Simultan (Uji-F).....	62
3.6.4.3. Uji Hipotesis Parsial.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Objek Penelitian.....	64
4.1.1 Sejarah Bukalapak.....	65
4.1.2 Sistem Jual Beli di Bukalapak.....	66
4.2 Deskripsi Responden.....	67
4.3 Deskripsi Variabel.....	69
4.3.1. Variabel Keamanan.....	69
4.3.2. Variabel Promosi.....	70
4.3.3. Variabel Harga.....	72
4.3.4. Keputusan Pembelian.....	73
4.4 Analisis Data.....	74
4.4.1. Statistik Deskriptif.....	74
4.4.2. Uji Validitas.....	75
4.4.3 Uji Realibilitas.....	77
4.4.4. Uji Normalitas.....	79
4.4.4.1 Uji Histogram.....	79
4.4.4.2. Uji Probability Plot.....	80
4.4.4.3. Uji Kolmogrov Smirnov.....	80
4.4.5. Uji Multikolinieritas.....	81
4.4.6. Uji Heterokeadasitas.....	82
4.4.7. Uji Autokorelasi.....	83

4.4.8 Uji Regresi Linier Berganda.....	84
4.4.9 Uji Hipotesis.....	85
4.4.9.1 Uji F.....	86
4.4.9.2 Uji T.....	87
4.4.10 Koefisien Determinasi.....	90
4.5 Pembahasan	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran.....	95
DAFTAR PUSAKA.....	96
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Rangkaing Pengguna Internet pada tahun 2013-2018.....	3
Tabel 1.3 Daftar 5 Besar E-commerce di Indonesia.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 2.2 Perbedaaam Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	41
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.2 Skala Likert dan Bobot Nilai Jawaban Responden.....	54
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4.2 Usia Responden.....	68
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keamanan.....	69
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi.....	71
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga.....	72
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif.....	74
Tabel 4.2 Tabel Validitas Keamanan.....	76
Tabel 4.3 Tabel Validitas Promosi.....	76
Tbael 4.4 Tabel Validitas Harga.....	76

Tabel 4.5 Tabel Validitas Keputusan Pembelian.....	77
Tabel 4.6 Tabel Realibilitas.....	78
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas.....	82
Tabel 4.8 Uji Autokorelasi.....	84
Tabel 4.9 Uji Regresi Linier Berganda.....	84
Tabel 4.10 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	86
Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	88
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	32
Gambar 2.2 Diagram Evaluasi dan Keputusan Pembelian.....	36
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	42
Gambar 3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	62
Gambar 3.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	63
Gambar 4.1 Tampilan Website Bukalapak.....	64
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	79
Gambar 4.2 Grafik Uji Probability Plot.....	80
Gambar 4.3 Uji Kolmogrov Smirnov.....	81
Gambar 4.4 Uji Heterokedasitas.....	83
Gambar 4.5 Gambar Hasil Uji F.....	87
Gambar 4.6 Gambar Hasil Uji Hipotesis 1.....	89
Gambar 4.7 Gambar Hasil Uji Hipotesis 2.....	89
Gambar 4.8 Gambar Hasil Uji Hipotesis 3.....	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	100
Lampiran 2Tanggapan Responden.....	104
Lampiran 3 Deskripsi Responden.....	115
Lampiran 4 Deskripsi Variabel.....	116
Lampiran 5 Uji Validitas dan Realibilitas.....	117
Lampiran 6 Uji Realibilitas.....	118
Lampiran 7 Uji Normalitas.....	118
Lampiran 8 Uji Multikolinieritas.....	120
Lampiran 9 Uji Heterokedasitas.....	120
Lampiran 10 Uji Autokorelasi.....	120
Lampiran 11 Uji Regresi Linier Berganda.....	121
Lampiran 12 Uji F.....	121
Lampiran 13 Uji T.....	121
Lampiran 14 Koefisien Determinasi.....	122
Lampiran 15 Tabel R.....	122
Lampiran 16 Tabel T.....	123
Lampiran 17 Tabel F.....	124