

**PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN TRANSAKSI DAN
KEPERCAYAAN PADA PENGGUNA SHOPEE PAYLATER
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Masyarakat Kecamatan Cluwak, Kabupaten Pati)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan
Guna Mencapai Derajat Sarjana S-1
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

ARDHY KRISTANTO

NPM. 231003612012774

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG**

2024

**PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN TRANSAKSI DAN
KEPERCAYAAN PADA PENGGUNA SHOPEE PAYLATER
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Masyarakat Kecamatan Cluwak, Kabupaten Pati)

Yang Dipersiapkan dan disusun oleh

ARDHY KRISTANTO

NPM. 231003612012774

Telah disetujui oleh pembimbing

Pada tanggal September 2024

Drs. Camilus Isodorus Ikut., MSi.

Penguji 1

Dra. Nurchayati, SE.,MM.,Akt.,CA

Pembimbing

Heru Eko Prasetyo, SE, MM.

Penguji 2

**Semarang, September 2024
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Semarang
Dekan**

Dra.Nurchayati,SE.MM.Akt.CA

NRP. 111357

HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO

Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri
mereka melakukan hal yang harus dikerjakan,
entah mereka menyukainya atau tidak.

(Aldus Huxley)

Judul : Pengaruh Promosi, Kemudahan Transaksi Dan Kepercayaan Pada Pengguna Shopee Paylater Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Masyarakat Kecamatan Cluwak, Kabupaten Pati)

Title : *The Effect of Promotion, Ease of Transaction and Trust in Shopee Paylater Users on Purchasing Decisions (Study on the Community of Cluwak District, Pati Regency)*

Nama : Ardhy Kristanto

NPM : 231003612012774

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, kemudahan transaksi dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kecamatan Cluwak pada tahun 2023. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah promosi, kemudahan transaksi dan kepercayaan sebagai variabel bebas serta keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan asumsi klasik. Hasil penelitian secara parsial variabel promosi, kemudahan transaksi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi lebih kecil dari pada 0,05 artinya semakin tinggi promosi, kemudahan transaksi dan kepercayaan maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Promosi, Kemudahan Transaksi, Kepercayaan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan YME, atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : “Pengaruh Promosi, Kemudahan Transaksi Dan Kepercayaan Pada Pengguna Shopee Paylater Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Masyarakat Kecamatan Cluwak, Kabupaten Pati)”. Tujuan penulisan Skripsi adalah untuk memenuhi persyaratan guna mencapai derajat sarjana S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

Mulai perencanaan sampai dengan penyelesaian Skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan – bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Dra. Nurchayati, SE.,MM.,Akt.,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang, serta sebagai dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan petunjuk serta bimbingan, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Galuh Juniarto, SE.MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang
3. Bapak Drs. Camilus Isodorus Ikt., MSi dan Bapak Heru Eko Prasetyo, SE, MM selaku dosen penguji yang telah memberikan saran serta masukan, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu, selama penulis kuliah pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuan. Akhirnya semoga Skripsi ini ada manfaatnya.

Semarang, September 2024
Penulis

ARDHY KRISTANTO

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	I-1
1.1. Latar Belakang Penelitian	I-1
1.2. Rumusan Masalah	I-6
1.3. Pertanyaan Penelitian	I-6
1.4. Tujuan Penelitian.....	I-7
1.5. Manfaat Penelitian.....	I-7
1.5.1. Dari segi teoritis	I-7
1.5.2. Dari segi praktis.....	I-7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	II-1
2.1. Telaah Teori	II-1
2.1.1. Keputusan Pembelian	II-1
2.1.1.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	II-1
2.1.1.2. Dimensi Keputusan Pembelian	II-2
2.1.1.3. Tipe Perilaku Keputusan Pembelian	II-3
2.1.1.4. Indikator Keputusan Pembelian	II-4
2.1.2. Promosi.....	II-5
2.1.2.1. Pengertian Promosi	II-5
2.1.2.2. Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	II-6
2.1.2.3. Indikator Promosi.....	II-7
2.1.3. Kemudahan Transaksi	II-8

2.1.3.1.	Pengertian Kemudahan Transaksi	II-8
2.1.3.2.	Unsur Kemudahan Transaksi	II-9
2.1.3.3.	Indikator Kemudahan Transaksi	II-10
2.1.4.	Kepercayaan	II-11
2.1.4.1.	Pengertian Kepercayaan	II-11
2.1.4.2.	Karakteristik Kepercayaan	II-12
2.1.4.3.	Jenis Kepercayaan Konsumen.....	II-13
2.1.4.4.	Indikator Kepercayaan	II-14
2.2.	Penelitian Terdahulu	II-15
2.3.	Kerangka Pemikiran Teoritis dan Rumusan Hipotesis	II-18
2.3.1.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	II-18
2.3.2.	Pengaruh Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian	II-18
2.3.3.	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian ...	II-19
BAB III	METODE PENELITIAN.....	III-1
3.1.	Populasi dan Sampel	III-1
3.1.1.	Populasi	III-1
3.1.2.	Sampel	III-1
3.2.	Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	III-3
3.2.1.	Variabel peneliti	III-3
3.2.2.	Operasionalisasi Variabel.....	III-3
3.3.	Metode Pengumpulan Data	III-4
3.4.	Pengujian Instrumen Penelitian.....	III-5
3.5.	Deskripsi Hasil Dan Analisis Hasil Penelitian.....	III-6
3.5.1.	Analisis Deskriptif.....	III-6
3.5.2.	Analisis Inferensial.....	III-6
3.5.2.1.	Uji Normalitas	III-7
3.5.2.2.	Uji Asumsi Klasik	III-7
3.5.2.3.	Uji <i>Goodness of Fit</i> (Uji Model)	III-8
3.5.2.4.	Uji Hipotesis.....	III-9
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	IV-1

4.1. Deskripsi Hasil Penelitian	IV-1
4.1.1. Analisis Deskripsi.....	IV-1
4.1.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	IV-3
4.1.2.1. Keputusan Pembelian (Y)	IV-3
4.1.2.2. Promosi (X1)	IV-4
4.1.2.3. Kemudahan Transaksi (X2)	IV-5
4.1.2.4. Kepercayaan (X3)	IV-6
4.2. Analisis Hasil Penelitian	IV-7
4.2.1. Analisis Inferensial.....	IV-7
4.2.2. Uji Normalitas	IV-8
4.2.3. Uji Asumsi Klasik	IV-9
4.2.3.1. Uji Multikolinieritas	IV-9
4.2.3.2. Uji Heteroskedastisitas	IV-9
4.2.4. Uji Goodness of Fit (Uji Model)	IV-10
4.2.4.1. Koefisien Determinasi (R ²)	IV-10
4.2.4.2. Uji statistik F	IV-10
4.2.5. Uji Hipotesis.....	IV-11
4.3. Pembahasan.....	IV-12
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	V-1
5.1. Simpulan.....	V-1
5.2. Saran.....	V-1

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN