

**SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA , KUALITAS LAYANAN  
ELEKTRONIK (*E SERVICE QUALITY*) DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN CELANA PANJANG *DENIM ONLINE  
SHOP* MELALUI *E COMMERCE SHOPEE* MAHASISWA FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS UNTAG SURABAYA**



Oleh :

**ALFIAN FERDY WIRAWAN**

**NBI : 1211700125**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2021**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA , KUALITAS LAYANAN  
ELEKTRONIK (*E SERVICE QUALITY*) DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN CELANA PANJANG *DENIM ONLINE  
SHOP* MELALUI *E COMMERCE SHOPEE* MAHASISWA FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS UNTAG SURABAYA**



Oleh :

**ALFIAN FERDY WIRAWAN**

**NBI : 1211700125**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2021**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN  
ELEKTRONIK (E SERVICE QUALITY) DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN CELANA PANJANG DENIM ONLINE  
SHOP MELALUI E COMMERCE SHOPEE MAHASISWA FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS UNTAG SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna  
mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

**Oleh :**

**ALFIAN FERDY WIRAWAN**

**NBI : 1211700115**

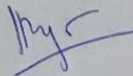
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2021**

**LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING**

**Nama Lengkap** : Alfian Ferdy Wirawan  
**NBI** : 1211700125  
**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis  
**Program Studi** : Manajemen  
**Judul Skripsi** : PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK (e service quality), PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CELANA DENIM MELALUI E COMMERCE SHOPEE MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI & BISNIS UNTAG SURABAYA

Surabaya, 8 Juni 2021  
Mengetahi / Menyetujui  
Pembimbing,



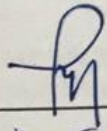
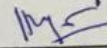
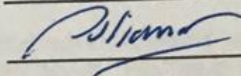
Estik Hari Prastiwi ,SE, MM

**LEMBARAN PENGESAHAN TIM PENGUJI**

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi Syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi

**TIM PENGUJI :**

- |                               |         |
|-------------------------------|---------|
| 1. Dr.IB. Cempena, MM         | Ketua   |
| 2. Estik Hari Prastiwi ,SE,MM | Anggota |
| 3. Drs.Ec. Istiono, MBA       | Anggota |

  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan ,



Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

### SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Alfian Ferdy Wirawan (L)
2. NBI : 1211700125
3. Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3524040703970001
6. Alamat Rumah (KTP) : Desa. Sendangrejo RT 004/ RW 004,  
Kec. Ngimbang, Kab. Lamongan

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK (*e service quality*), PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CELANA PANJANG DENIM ONLINE SHOP MELALUI E COMMERCE SHOPEE MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI & BISNIS UNTAG SURABAYA”

Adalah benar – benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen pembimbing dan kelembagaan fakultas Ekonomi dan Bisnis untag Surabaya

Surabaya, 9 Juni 2021

(Alfian !





UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. Semolowaru 45 Surabaya  
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)  
Email: perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN  
PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alfian Ferdy Wirawan  
NBI : 1211700125  
Fakultas : Ekonomi dan bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

**Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Elektronik (e service quality), dan Promosi Terhadap Keputusan pembelian Celana Panjang Denim Online Shop Melalui E Commercee Shpee Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Untag Surabaya**

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada Tanggal :

Yang Menyatakan,

Ma:

( Alfian Ferd

vii





## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada :

1. Estik Hari Prastiwi, SE, MM selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terimakasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses pembimbingan skripsi saya
2. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dra. Ec. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Dr. Ida Bagus Cempena, MM. selaku ketua penguji dan Drs.Ec.Istiono, MBA. selaku penguji, dalam siding skripsi yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga



siding skripsi. Terimakasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.

6. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
8. Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
9. Kedua orang tua, ayahanda tercinta Hadi Wiyono dan ibunda tersayang Heni Susanti yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil serta doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis. Beserta adik saya yang telah memberikan doa dan dukungan selama proses pembuatan skripsi.
10. Mantan pacar saya Tia Yustika Agustina yang telah menyemangati dan membantu menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh teman-teman squad ALMAGANJRENG (Arsyikum Idul Putra, Andi Afif Firmansyah, Bima Dian Permata, Muhammad Kanzul Fikri, Raka Hidayat, dan Chindy Cahyanti), yang selalu mengisi hari-hari menjadi sangat menyenangkan.
12. Teman SMA saya (Danang Ramadhan dan Fadel Ahmad Kwharismi) yang memotivasi saya mengerjakan skripsi yang terkadang bocor
13. Teman SMP saya (Riska Dwi Puspitarini, Dian Tri wahyuni, Yogi Pratama, Vivi Mayrina Damayanti ) yang memotivasi mengerjakan skripsi dan ngajak makan terus menerus.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritikan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan penelitian peneliti selanjutnya.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 9 Juni 2021

Alfian Ferdy Wirawan

## ABSTRAK

Selama ini perkembangan toko online sangat pesat di kalangan pelajar dan generasi muda. Produk dan layanan yang disediakan oleh berbagai E commerce antara lain shopee yang memudahkan berbelanja, dan Mahasiswa dapat memilih toko online sebagai salah satu tempat belanja selain tempat pusat berbelanja. Berdasarkan latar belakang tersebut saya sebagai penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Elektronik (E Service Quality) Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Celana Panjang Denim Di Online Shop Melalui Shopee Mahasiswa Ekonomis Dan Bisnis Untag Surabaya”.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh Persepsi Harga, Kualitas layanan elektronik, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan dilaksanakan pada 75 responden konsumen. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 16. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis determinasi. Uji hipotesis yang digunakan adalah Uji F dan Uji t.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda adalah  $Y = 8,909 + 0,331X_1 + 0,0273X_2 + 0,271X_3$ . Hasil hipotesis Uji F menunjukkan bahwa Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas layanan elektronik, dan Promosi secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil hipotesis Uji t menunjukkan variabel Persepsi Harga, Kualitas layanan elektronik, dan Promosi secara parsial memiliki pengaruh terhadap Keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** Persepsi Harga, Kualitas layanan elektronik, Promosi, dan Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

*So far, the development of online stores is very rapid among students and the younger generation. Products and services provided by various e-commerce sites include shopee which makes shopping easy, and students can choose an online store as a place to shop other than a shopping center. Based on this background, I as a writer are interested in conducting a research entitled: "The Influence of Price Perception, Quality of Electronic Service (E Service Quality) and Promotion on the Decision to Purchase Denim Pants in Online Shops Through Shopee, Ekonimi Students and Untag Surabaya Business"*

*The hypothesis in this study is that there is an effect of Price Perception, Quality of Electronic Services, and Promotion on Purchase Decisions. The data was collected through the distribution of questionnaires and carried out on 75 consumer respondents. Analysis of the data in this study using SPSS version 16. The data analysis technique used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis, and analysis of determination. The hypothesis test used is the F test and t test.*

*Based on the research results obtained from multiple linear regression analysis is  $Y = 8,909 + 0,331X_1 + 0,0273X_2 + 0,271X_3$ . The results of the F test hypothesis show that the effect of price perception, electronic service quality, and promotion simultaneously has a significant effect on purchasing decisions. The results of the t-test hypothesis show that the variables of Price Perception, Electronic Service Quality, and Promotion partially have an influence on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Price Perception, Quality of Electronic Service, Promotion, and Purchase Decision*

## RINGKASAN

Selama ini perkembangan toko online sangat pesat di kalangan pelajar dan generasi muda. Produk dan layanan yang disediakan oleh berbagai E commerce antara lain shopee yang memudahkan berbelanja, dan Mahasiswa dapat memilih toko online sebagai salah satu tempat belanja selain tempat pusat berbelanja. Berdasarkan latar belakang tersebut saya sebagai penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Elektronik (E Service Quality) Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Celana Panjang Denim Di Online Shop Melalui Shopee Mahasiswa Ekonimi Dan Bisnis Untag Surabaya” Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh persepsi harga, kualitas layanan elektronik, dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian. Terdapat pengaruh persepsi harga secara parsial terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh kualitas layanan elektronik secara parsial terhadap keputusan pembelian, dan terdapat pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen celana panjang denim. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis determinasi. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji F dan uji t. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 16.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda adalah  $Y = 8,909 - 0,331X_1 + 0,273X_2 + 0,271X_3$ . Hasil hipotesis Uji F menunjukkan bahwa variabel persepsi harga, kualitas layanan elektronik, dan promosi secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari nilai sig  $0,005 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} 54,661 > F_{tabel} 2,90$ . Hasil hipotesis Uji t menunjukkan pengaruh persepsi harga, kualitas layanan elektronik dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian, dapat dilihat dari nilai sig  $0,000 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 2,876 < t_{tabel} 1,66660$ . Kualitas layanan elektronik secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dapat dilihat dari nilai sig  $0,024 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 2,301 > t_{tabel} 1,66660$ . Promosi secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dapat dilihat dari nilai sig  $0,020 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 2,373 > t_{tabel} 1,66660$ .

kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi harga, kualitas layanan elektronik, dan promosi memiliki pengaruh terhadap

keputusan pembelian. Saran yang berkaitan dengan penelitian ini sebaiknya perusahaan hendaknya untuk terus memperhatikan Persepsi Harga, Kualitas layanan elektronik, dan Promosi agar nantinya berdampak pada peningkatan Keputusan Pembelian. Disarankan bagi peneliti selanjutnya, hendaknya menambah variabel bebas lainnya yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian, karena masih banyak faktor yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian. Misalnya peneliti selanjutnya melakukan perbandingan dengan online shop yang lainnya melalui e commerce yang berbeda.

## SUMMARY

*So far, the development of online stores is very rapid among students and the younger generation. Products and services provided by various e-commerce sites include shopee which makes shopping easy, and students can choose an online store as a place to shop other than a shopping center. Based on this background, I as a writer are interested in conducting a research entitled: "The Influence of Price, Electronic Service Quality (E Service Quality) And Promotion On The Decision To Purchase Denim Pants In The Online Shop Through The Ekonimi And Business Student Shopee Untag Surabaya" The hypothesis in this study is that there is an effect of price, quality of electronic services, and promotion simultaneously on decisions purchase. There is a partial effect of price on purchasing decisions, there is a partial influence of electronic service quality on purchasing decisions, and there is a partial effect of promotion on purchasing decisions.*

*The population in this study were all consumers of denim pants. The data analysis technique used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis, and analysis of determination. The hypothesis test used is the F test and t test. Data analysis in this study used the help of SPSS version 16.*

*Based on the research results obtained from multiple linear regression analysis is  $Y = 8.909 - 0.331X_1 + 0.273X_2 + 0.271X_3$ . The results of the F-test hypothesis show that the price, electronic service quality, and promotion variables simultaneously have a significant influence on purchasing decisions, this can be seen from the sig value of  $0.005 < 0.05$  and the value of  $F_{count} 54.661 > F_{table} 2.90$ . The results of the t-test hypothesis show that the Leadership Style variable partially has an influence on employee performance, it can be seen from the sig value of  $0.000 > 0.05$  and the value of  $t_{count} 2.876 < t_{table} 1.66660$ . The quality of electronic services partially has a significant influence on purchasing decisions, it can be seen from the value of sig  $0.024 < 0.05$  and the value of  $t_{count} 2.301 > t_{table} 1.66660$ . Promotion partially has a significant influence on purchasing decisions, it can be seen from the value of sig  $0.020 < 0.05$  and the value of  $t_{count} 2,373 > t_{table} 1.66660$ .*

*The conclusion in this research shows that the variables of price, quality of electronic services, and promotions have an influence on purchasing decisions. Suggestions related to this research, the company should continue to pay attention*

*to price, quality of electronic services, and promotions so that later they have an impact on increasing purchasing decisions. It is recommended for further researchers, should add other independent variables that can affect purchasing decisions, because there are still many factors that can affect purchasing decisions. For example, the next researcher makes comparisons with other online shops through different e-commerce.*



## DAFTAR ISI

COVER DEPAN .....	i
COVER DALAM.....	ii
HALAM JUDUL .....	iii
LEMABARAN PENGESAHAN PEMBIMBING .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	v
LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT .....	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	vii
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTARK .....	x
ABSTRACT.....	xi
RINGKASAN .....	xii
SUMMARY .....	xiv
DAFTAR ISI .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xx
DAFTAR TABLE.....	xxi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	10
2.1 landasan teori .....	11
2.1.1 pemasaran .....	11
2.1.1.1 penegrtian pemasarn .....	11
2.1.1.2 fungsi fungsi Pemasaran .....	11
2.1.1.3 Strategi Pemasaran .....	12
2.1.2 E commerce .....	12
2.1.2.1 Pengertian E commerce.....	12
2.1.2.2 Ruang Lingkup E commerce.....	12
2.1.2.3 Manfaat E commerce .....	13
2.1.3 persepsi harga .....	14
2.1.3.1 Pengertian Persepsi Harga.....	14
2.1.3.2 Dimensi Persepsi Harga .....	15
2.1.3.3 Metode Dalam Penetapan Persepsi Harga .....	15
2.1.3.4 Tujuan Penetapan Persepsi Harga .....	16
2.1.3.5 Indikator Persepsi Harga .....	17
2.1.4 Kualitas Layanan Elektronik (E Service Quality) .....	18
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Layanan Eletronik (E Service Quality) .....	18
2.1.4.2 Dimensi Kualitas Layanan Elektronik(E Service Quality).....	19
2.1.4.3 Indikator Kualitas Layanan Elektronik (E Service Quality).....	20

2.1.5 Promosi.....	22
2.1.5.1 Pengertian Promosi .....	22
2.1.5.2 Tujuan Promosi .....	22
2.1.5.3 Indikator Promosi.....	24
2.1.5.4 Faktor – Faktor Yang Menentukan Bentuk Promosi .....	24
2.1.5.5 Promosi Penjualan (seles promotioan).....	25
2.1.5.6 Manfaat sales Promotion.....	26
2.1.5.7 Alat-alat Sales Promotion .....	26
2.1.4.8 Langkah Pengembangan Komunikasi Promosi Yang Efektif.....	28
2.1.7 Keputusan Pembelian .....	29
2.1.7.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	29
2.1.7.2 Proses Keputusan pembelian.....	29
2.1.7.3 Keputusan Pembelian Online .....	30
2.1.7.4 Indikator Keputusan Pembelian .....	30
2.1.7.5 Faktor Faktor Keputusan pembelian .....	31
2.1.8 Shopee .....	32
2.1.8.1 Katagori Shopee.....	32
2.1.8.2 Keunggulan shopee .....	32
2.1.8.3 Fitur Fitur Shopee .....	33
2.2 Penelitian Terdahulu .....	34
2.3 Hubungan antar Variabel.....	41
2.3.1 Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian.....	41
2.3.2 Hubungan Kualitas Layanan Elektronik dengan Keputusan Pembelian.....	41
2.3.3 Hubungan Promosi dengan keputusan Pembelian .....	41
2.4 Kerangka Konseptual .....	42
2.5 Hipotesis.....	43
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
3.1 Desain Penelitian.....	45
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	45
3.2.1 Tempat penelitian .....	45
3.2.2 Waktu Penelitian.....	45
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	45
3.3.3 Jenis Data.....	46
3.3.2 Sumber Data .....	46
3.4 Populasi dan Sampel .....	46
3.4.1 Populasi .....	46
3.4.2 Sampel .....	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.6 Definisi Variabel dan Defenisi Operasional.....	47
3.6.1 Definisi Variabel.....	47
3.6.2 Definisi Operasional .....	49

3.7 Proses Pengolahan Data .....	52
3.8 Metode Analisis Data .....	53
3.8.1 Uji Validitas .....	53
3.8.2 Uji Reabilitas .....	54
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	54
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data .....	56
3.9.1 Uji F (Simultan) .....	56
3.9.2 Uji t ( Parsial) .....	57
3.10 Analisis Data .....	57
3.10.1 Korelasi Parsial .....	57
3.10.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	58
3.10.3 Uji Determinasi (Uji $r^2$ ) .....	59
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	61
4.1.1 Sejarah Fakultas Ekonomi & Bisnis Untag Surabaya .....	61
4.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya .....	62
4.1.2.1 Visi .....	62
4.1.2.2 Misi .....	62
4.1.3 Tujuan .....	63
4.1.4 Struktur Organisasi .....	64
4.2 Sejarah Shopee .....	64
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian .....	65
4.3.1 Karakteristik Responden .....	65
4.3.2 Jenis Kelamin Responden .....	65
4.3.3 Usia Responden .....	66
4.3.4 Rekomendasi Pembelian Responden .....	66
4.3.5 Pengalaman Pembelian Responden .....	67
4.3.6 Merek celana denim yang di beli di E commerce shopee .....	67
4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden .....	68
4.4.1 Variabel Persepsi Harga (X1) .....	68
4.4.2 Variabel Kualitas layanan elektronik (X2) .....	69
4.4.3 Variabel Promosi (X3) .....	70
4.4.4 Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	70
4.5 Uji Instrumen .....	71
4.5.1 Uji Validitas .....	71
4.5.2 Uji Reliabilitas .....	73
4.6 Uji Asumsi Klasik .....	74
4.6.1 Uji Normalitas .....	74
4.6.2 Uji Multikolinearitas .....	75
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas .....	75
4.6.4 Uji Autokorelasi .....	77

4.7 Pengujian Hipotesis.....	78
4.7.1 Uji F.....	78
4.7.2 Uji t.....	80
4.8 Analisis Data .....	82
4.8.1 Analisis Regresi Berganda.....	82
4.8.2 Uji Determinasi (Uji R) .....	85
4.9 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian .....	85
4.10 Implikasi Penelitian.....	89
4.11 Keterbatasan Penelitian .....	91
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	93
5.1 Simpulan .....	93
5.2 Saran.....	94
Daftar Pustaka .....	95
Lampiran .....	99

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengunjung E- Commerce .....	4
Gambar 1.2 Data Pengunjung E-Commerce .....	5
Gambar 1.3 Data Pengunjung Bulanan E Commerce .....	6
Gambar 2.1 Kerangka konseptual .....	41
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi & Bisnis UNTAG Surabaya .....	62
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokesdastisitas .....	75

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Mapping Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 3. 1 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	57
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	63
Tabel 4. 2 Usia Responden .....	64
Tabel 4. 3 Rekomendasi Pembelian Responden .....	64
Tabel 4. 4 Pengalaman Pembelian Responden .....	65
Tabel 4. 5 Merek Pembelian Responden .....	65
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden .....	66
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden .....	67
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden .....	68
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden .....	68
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas .....	69
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas .....	72
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas .....	73
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas .....	74
Tabel 4. 14 Hasil Uji Autokorelasi .....	76
Tabel 4. 15 Uji F .....	77
Tabel 4. 16 Uji T .....	78
Tabel 4. 17 Analisa Regresi Linear Berganda .....	81
Tabel 4. 18 Uji Determinasi .....	83

## LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian .....	96
LAMPIRAN 2 Data Responden .....	100
LAMPIRAN 3 Uji Validitas & Reabilitas .....	107
LAMPIRAN 4 Uji Asumsi Klasik .....	111
LAMPIRAN 5 Tabel r .....	115
LAMPIRAN 6 Tabel t .....	120
LAMPIRAN 7 Tabel F .....	124
LAMPIRAN 8 Surat Telah Melakukan Penelitian .....	128
LAMPIRAN 9 Permohonan Ijin Penelitian .....	129
LAMPIRAN 10 Data Mahasiswa Aktif FEB .....	130
LAMPIRAN 11 Kartu Bimbingan .....	135