

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul :

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ONLINE DI SHOPEE**

*(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi SI Manajemen Di Universitas Negeri
Gorontalo)*

OLEH

LUSIANA PRATIWI

NIM : 931 417 154

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I

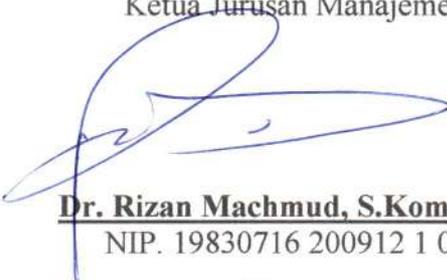

Dr. Drs. Abd. Rahman Pakaya, M.Si
NIP. 19581220 198603 1 001

Pembimbing II


Yulinda L. Ismail, S.Pd., M.Si
NIP. 19760704 201501 2 002

Mengetahui:

Ketua Jurusan Manajemen


Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si
NIP. 19830716 200912 1 006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ONLINE DI SHOPEE**

SKRIPSI

Oleh

LUSIANA PRATIWI

931417154

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Senin, 02 Agustus 2021

Waktu : 13.00 WITA

Penguji:

1. Dr. ANDI YUSNIAR MENDO, SE,MM
NIP. 197009232005012001

2. MOH. AGUSSALIM MONOARFA, SE,MM
NIP. 198008172005011004

3. Dr. ABD RAHMAN PAKAYA, M.Si
NIP. 195812201986031001

4. YULINDA L ISMAIL, M.Si
NIP. 197607042005012002

1.....

3.....

4.....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Gorontalo



Dr. Muhammad Amir Arham, M.E
NIP. 197207252006041002

ABSTRAK

Lusiana Pratiwi. 2021. Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Di Universitas Negeri Gorontalo). Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Negeri Gorontalo. Dr. Drs. Abd. Rahman Pakaya, M.Si selaku Pembimbing I dan Yulinda L. Ismail, S.Pd., M.Si selaku Pembimbing II.

Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan prosedur pengumpulan data melalui angket, observasi dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan diatas maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel bebas (Harga dan Promosi) memiliki pengaruh kontribusi sebesar 47,6% terhadap variabel keputusan pembelian online di shoppe oleh mahasiswa, sedangkan 52,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti. Misalnya biaya pengiriman, pelayanan ke costumer. Pengaruh yang ditimbulkan oleh Harga dan Promosi menunjukkan sebuah pengaruh yang sangat baik. Dengan demikian dapat dipastikan bahwa tanpa adanya Harga dan Promosi yang baik akan berakibat pada menurunnya keputusan pembelian online di shoppe di Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Keputusan Pembelian Online

ABSTRACT

Lusiana Pratiwi. 2021. The Influence of Price and Promotion on Online Purchase Decisions at Shopee Indonesia (Case Study on Students of Bachelor's Degree Program in Management, State University of Gorontalo). Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. The Principal Supervisor is Dr. Drs. Abd. Rahman Pakaya, M.Si, and The Co-supervisor is Yulinda L. Ismail, S. Pd., M.Si.

This research aims to determine the influence of price and promotion on online purchasing decisions at Shopee Indonesia. This research applies quantitative methods. Research data were collected through questionnaires, observations, and documentation.

The findings revealed that the independent variable has a positive and significant effect of 47.6% on online purchasing decision at Shopee Indonesia. Meanwhile, the remaining 52.4% were influenced by other factors such as the cost of shipping and service to the customers. Thus, it is concluded that good price and promotion will increase respondents' online purchasing decisions at Shopee Indonesia.

Keywords : Price, Promotion, Online Purchase Decision

