

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, MEREK, HARGA, SOSIAL TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PENGGUNA *SHOPEEPAY* DI  
KABUPATEN GRESIK**



Oleh :  
APRILIA NAILI SALSABILA  
NIM : 190301062

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK  
2022**



## KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan seminar proposal dengan judul : “Pengaruh Promosi Penjualan, Merek, Harga, Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna *ShopeePay* di Kabupaten Gresik”.

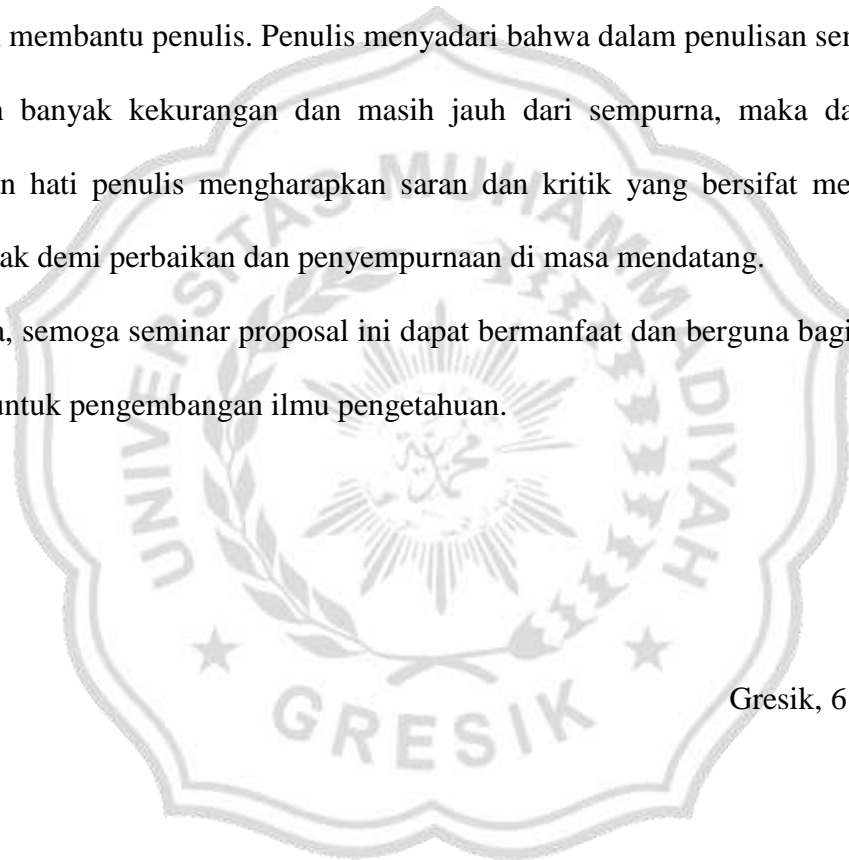
Seminar proposal ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S-1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik. Penulis menyadari bahwa penyusunan seminar proposal ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Nadhirotul Laily, S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Dr. Tumirin, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Maulidiyah Amalina Riqzi, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Dr. Moh Agung SURIANTO, S.E., M.SM, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, saran, motivasi dan pengarahan kepada penulis.
5. Seluruh Dosen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik, yang telah memberikan bekal ilmu dan atas segala bantuan yang diberikan.

6. Kedua Orang Tua, Papa dan Alm. Mama tercinta yang telah memberikan Doa Restu nasehat serta dorongan semangat yang sangat berarti bagi penulis.
7. Sahabat-sahabat serta seluruh teman-teman angkatan 2019 yang saling memberikan dukungan serta semangat.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan seminar proposal ini, masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, maka dari itu dengan kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak demi perbaikan dan penyempurnaan di masa mendatang.

Akhir kata, semoga seminar proposal ini dapat bermanfaat dan berguna bagi banyak pihak terutama untuk pengembangan ilmu pengetahuan.



Gresik, 6 Januari 2022

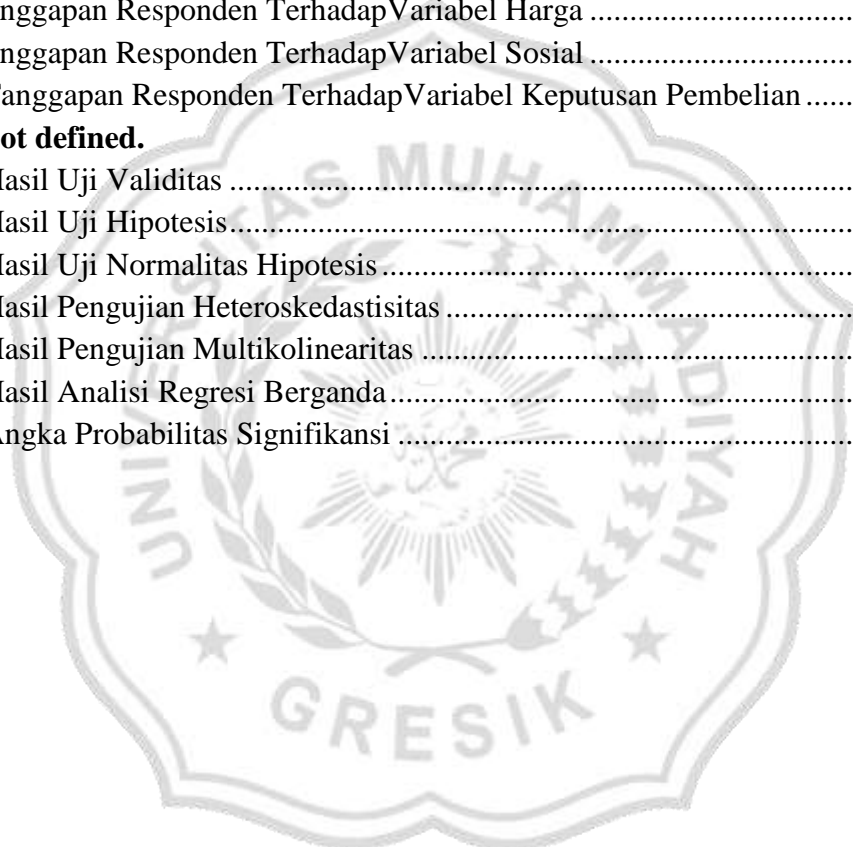
Aprilia Naili Salsabila

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>2</b>
1.1 Latar Belakang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
2.2 Landasan Teori.....	20
2.3 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis .....	33
2.4 Kerangka Penelitian .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Lokasi Penelitian .....	38
3.3 Populasi dan Sampel .....	38
3.4 Jenis Data .....	40
3.5 Sumber Data.....	40
3.6 Teknik Pengambilan Data .....	40
3.7 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	40
3.8 Teknis Analisis Data .....	43
3.9 Uji Hipotesis.....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
4.1 Gambar Objek Penelitian .....	49
4.2 Hasil Penelitian .....	49
4.3 Pembahasan.....	69
<b>BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>73</b>
5.1 Simpulan.....	73
5.2 Rekomendasi .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN.....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	18
Tabel 4. 1 Asal Wilayah Responden.....	51
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden.....	51
Tabel 4. 3 Usia Responden .....	52
Tabel 4. 4 Transaksi <i>ShopeePay</i> .....	53
Tabel 4.5 Kriteria Jawaban Responden .....	54
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi Penjualan....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Merek.....	55
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga .....	56
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sosial .....	57
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas .....	60
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis.....	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas Hipotesis .....	62
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas .....	63
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Multikolinearitas .....	64
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	65
Tabel 4. 17 Angka Probabilitas Signifikansi .....	67



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Transaksi <i>Fintech</i> Indonesia (2021).....	3
Gambar 1. 2 Gambar Peningkatan Pengguna ShopeePay .....	5
Gambar 1. 3 Survey Penggunaan <i>ShopeePay</i> di Indonesia .....	6
Gambar 1. 4 Dompet digital yang digunakan konsumen di Gresik.....	7



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisioner Responden .....	79
Lampiran 2 : Rata-Rata Jawaban Responden .....	81
Lampiran 3 : Uji Validitas .....	82
Lampiran 4 : Uji Realibilitas.....	85
Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik .....	86
Lampiran 6 : Uji Hipotesis.....	87
Lampiran 7 : Data Rekapitulasi Responden.....	88
Lampiran 8 : Tabel r .....	95
Lampiran 9 : Tabel t.....	99





Aprilia Naili Salsabila, 190301062, *Pengaruh Promosi Penjualan, Merek, Harga, Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pengguna ShopeePay di Kabupaten Gresik*, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi Penjualan, Merek, Harga, Sosial terhadap keputusan pembelian konsumen pengguna *ShopeePay* di Kabupaten Gresik. Dengan menggunakan 95 responden sebagai sampel. Penelitian menggunakan analisa regresi linier berganda dengan menggunakan empat hipotesis. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dengan taraf signifikansi 0,05. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel bebas yakni Promosi Penjualan berpengaruh positif yang tidak signifikan karena nilai signifikansi di atas 0,05. Variabel bebas lainnya seperti Merek, Harga dan Sosial secara parsial berpengaruh positif signifikan dengan angka signifikansi di bawah 0,05. Berdasarkan hasil analisis tersebut diharapkan *ShopeePay* dapat meningkatkan Promosi Penjualan, Merek, Harga dan Sosial. Karena hal tersebut akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen pengguna dompet digital *ShopeePay*.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Merek, Harga, Sosial, dan Keputusan Pembelian