

**PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI
KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
BLIBLI.COM PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN
FEB UNIKA SOEGIJAPRANATA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana pada Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik
Soegijapranata



DEDY SETIAWAN HALIM

15.D1.0194

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2020

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dedy setiawan Halim
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Jenis Karya : Karya Tulis (Skripsi)

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneklusif atas karya ilmiah yang berjudul

“PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BLIBLI.COM PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN FEB UNIKA SOEGIJAPRANATA”

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 19 Juni 2020

Yang menyatakan



Dedy Setiawan Halim

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Dedy Setiawan Halim
NIM : 15.D1.0194
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Judul : Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian di Blibli.Com pada Mahasiswa FEB Prodi Manajemen Unika Soegijapranata)
Dosen Pembimbing : DR. Bertha Bekti Retnawati, SE,M.SI



Semarang, 19 Juni 2020

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized letters, is placed over a faint red circular stamp.

DR. Bertha Bekti Retnawati, SE,M.SI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dedy Setiawan Halim

NIM : 15.D1.0194

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul

” PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BLIBLI.COM PADA MAHASISWA FEB PRODI MANAJEMEN UNIKA SOEGIJAPRANATA”

adalah hasil penelitian saya dengan supervisi dosen pembimbing, dan bukan hasil plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang dijunjung tinggi.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini dianggap tidak benar.

Semarang, 19 Juni 2020

Yang menyatakan,



Dedy Setiawan Halim

15.D1.0194



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir: : Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Blibli.com

Diajukan oleh : Dedy Setiawan Halim

NIM : 15.D1.0194

Tanggal disetujui : 24 Juli 2020

Telah setuju oleh

Pembimbing : Dr. Berta Bekti Retnawati S.E., M.Si.

Penguji 1 : Dr. J. Wijanto Hadipuro S.E., M.T.

Penguji 2 : Mg. Westri Kekalih S. S.E., M.E.

Penguji 3 : Dr. Berta Bekti Retnawati S.E., M.Si.

Ketua Program Studi : Dr Widuri Kurniasari S.E., M.Si.

Dekan : Dr Widuri Kurniasari S.E., M.Si.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=15.D1.0194

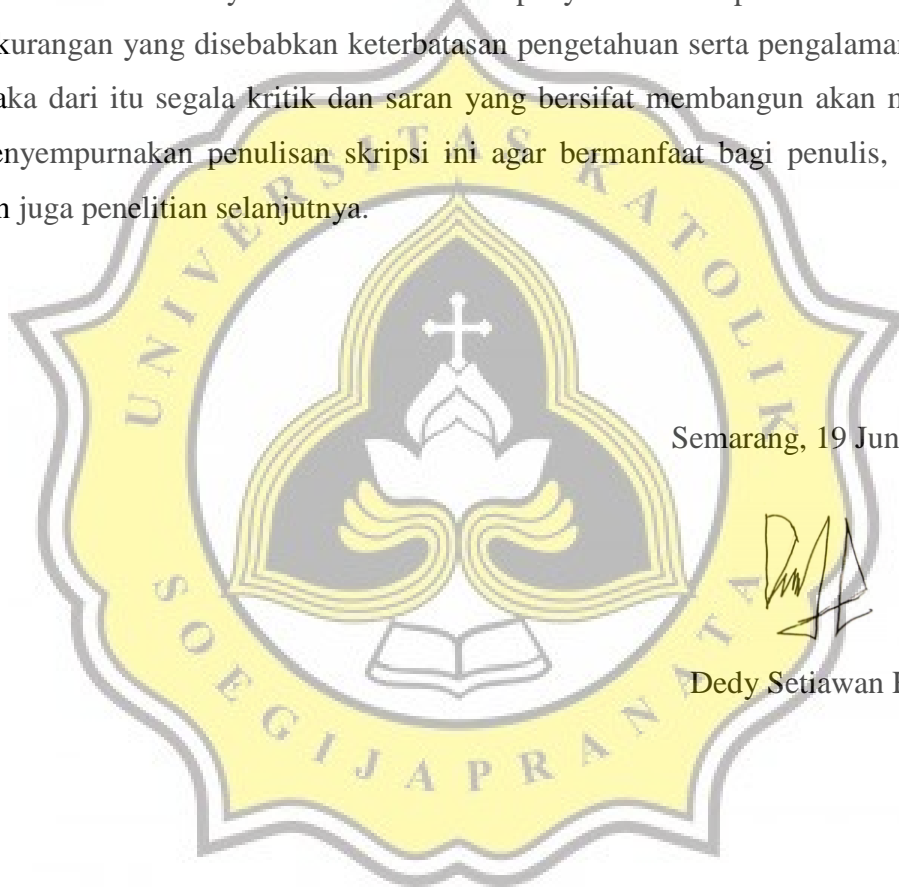
KATA PENGANTAR

Dengan rahmat Tuhan, saya ucapkan rasa syukur yang sangat mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan berkat dan anugrahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BLIBLI.COM PADA MAHASISWA FEB PRODI MANAJEMEN UNIKA SOEGIJAPRANATA”** dengan sangat baik. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan mata kuliah Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang telah diberikan. Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari anugrah yang diberikan Tuhan.
2. Kedua Orang tua dan kakak-kakak saya yang tercinta Bapak Djunaedi Halim, Ibu Sia Eng Geng., Jenni Tresnawati dan Christina Mekarsari terima kasih atas kasih sayang, doa, pengorbanan, pengertian, dan dukungan yang terus menerus sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Kaprodi S1 Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
4. Ibu DR. Bertha Bakti Retnawati, SE,M.SI selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan meluangkan banyak waktu selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak, Dr. J Wijanto Hadipuro, SE, MT dan Ibu MG Westri K. Susilowati, SE , ME selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu memberikan masukan yang bermanfaat selama penulisan skripsi ini

6. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat
7. Seluruh teman teman terutama Aldo, Andrew, Thomas ,Christian dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, secara langsung maupun tidak, yang telah membantu hingga skripsi ini dapat terselesailan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Maka dari itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan membantu menyempurnakan penulisan skripsi ini agar bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan juga penelitian selanjutnya.



Semarang, 19 Juni 2020

Dedy Setiawan Halim

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 <i>E-commerce</i>	11
2.2 Pemasaran Berbasis IT.....	13
2.3 Keputusan Pembelian.....	15
2.4 Promosi.....	16
2.5 Kepercayaan.....	18
2.6 Persepsi Keamanan.....	19
2.7 Penelitian Terdahulu.....	20
2.8 Kerangka Pemikiran.....	23

2.9 Hipotesis	24
2.10 Definisi Operasional.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian	29
3.2 Populasi dan Sampel	29
3.3 Jenis Data.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	30
3.5 Uji Instrumen.....	31
3.6 Teknik Analisis.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Responden.....	38
4.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian.....	40
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
4.4 Analisis Koefisien Determinasi.....	49
4.5 Uji F.....	50
BAB V PENUTUP.....	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Prasurvey	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 2.2 Definisi Operasional.....	26
Tabel 3.1 Uji Validitas	32
Tabel 3.2 Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 3.3 Contoh Tabel Analisa Deskriptif	34
Tabel 4.1 Tabulasi Silang antara Transaksi dalam satu Bulan dengan Jumlah Uang dalam Satu Kali Transaksi.....	38
Tabel 4.2 Tabulasi Silang antara Frekuensi Melakukan Pembelian dan Produk yang Biasa Dibeli.....	39
Tabel 4.3 Tanggapan Reponden terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	40
Tabel 4.4 Tanggapan Reponden terhadap Variabel Promosi.....	42
Tabel 4.5 Tanggapan Reponden terhadap Variabel Kepercayaan.....	43
Tabel 4.6 Tanggapan Reponden terhadap Variabel Persepsi keamanan	44
Tabel 4.7 Rekapitulasi Tanggapan Reponden terhadap Variabel Penelitian	45
Tabel 4.8 Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
Tabel 4.9 Analisis Koefisien Determinasi.....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	17
------------------------------------	----



ABSTRAK

Trend belanja *online* saat ini semakin meningkat. Blibli.com adalah salah satu situs web perdagangan elektronik di Indonesia yang menjadi salah satu rujukan bagi pembeli online terutama mahasiswa yang diketahui dari hasil prasurvey. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, kepercayaan dan persepsi keamanan terhadap keputusan pembelian di Blibli.com pada mahasiswa Prodi manajemen FEB Universitas Katolik Soegijapranata. Teknik analisis yang akan digunakan adalah metode analisis regresi berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata. Sedangkan penentuan sampel dilakukan dengan *purposive sampling* yaitu mahasiswa Prodi manajemen FEB Universitas Katolik Soegijapranata yang pernah melakukan pembelian di Blibli.com lebih dari dua kali dengan jumlah 75 orang mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian, secara parsial promosi, kepercayaan dan persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Blibli.com pada mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata.

Kata Kunci : promosi, kepercayaan, persepsi keamanan, keputusan pembelian



ABSTRACT

Online shopping trend is increasing nowadays. Blibli.com is one of the electronic commerce websites in Indonesia which is a reference for online buyers, especially students who are known from the results of the survey. The purpose of this study was to determine the effect of promotion, trust and security perception on purchasing decisions at Blibli.com on Management Study Program at Soegijapranata Catholic University. The analysis technique that will be used is the multiple regression analysis method. The population in this study were all students Department of Management Faculty of Economics and Business, Soegijapranata Catholic University. While the determination of the sample is done by purposive sampling, namely the students of Management Study Program at Soegijapranata Catholic University who have made purchases on Blibli.com more than twice with 75 students. Based on the research results, partial promotion, trust and security perception have a positive effect on purchasing decisions at Blibli.com on Soegijapranata Catholic University students.

Keywords: promotion, trust, security perception, purchasing decisions

