

**PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE MELALUI SISTEM E-COMMERCE SHOPEE PADA
MAHASISWA FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS FLORES**

SKRIPSI



OLEH :

ENENSIANA BELA

20202410093

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS FLORES**

ENDE

2024

LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh Promosi, Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Sistem E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Flores

Hari : Jumat

Tanggal : 13 September 2024



Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Sc
NIDN. 0826097401



Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

Maria Endang Jamu, SE., MM
NIDN. 0814109101

Dewan Penguji :

- | | |
|--|---------|
| 1. <u>Lambertus Langga, SE., M.Sc</u>
NIDN. 0825077101 | 1. |
| 2. <u>Santy Permata Sari, S.AB., MM.</u>
NIDN. 0829069001 | 2. |
| 3. <u>Damianus Tola, SE., M.Ec.Dev</u>
NIDN. 0829069001 | 3. |
| 4. <u>Maria Helena C. Dua Mea, SS., MM</u>
NIDN. 0831108301 | 4. |
| 5. <u>Gabriel Tanusi, SE., M.Si</u>
NIDN. 0827067101 | 5. |

LEMBAR PERSETUJUAN

NAMA : ENENSIANA BELA

NIM : 2020410093

**JUDUL : PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE MELALUI SISTEM ECOMMERCE SHOPEE PADA
MAHASISWA FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS FLORES**

Ende, 13 September 2024


**Telah Diuji Dan Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Flores**

Pembimbing I



**Gabriel Tanusi, SE.,M.Si
NIDN : 0827067101**

Pembimbing II



**Maria Helena C. Dua Mea, S.S.,M.M
NIDN. 0831108301**

**Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Flores**



**Maria Endang Jamo, SE.,MM
NIDN. 0814109101**



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul : **“Pengaruh Promosi, Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Sistem E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Flores”**

Dan diajukan untuk diuji pada tanggal, 13 September 2024 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini, bila kemudian terbukti bahwa ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 13 September 2024
Yang Memberi Pernyataan



Enensiana Bela
2020410093

MOTTO

*JANGAN MENILAI SAYA DARI KESUKSESAN, TETAPI NILAIN SAYA DARI
SEBERAPA SERING SAYA JATUH DAN BERHASIL BANGKIT KEMBALI*

(Enensiana Bela)

PERSEMBAHAN

Setelah berkuat dengan segala situasi, dan dengan penuh kesabaran dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis ingin membagi rasa melalui hasil perjuangan, maka dengan rasa bangga dan penuh syukur, karya ini, penulis persembahkan kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa memberikan nafas kehidupan dan kesehatan serta kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Yang Teristimewa dan tercinta kedua orang tua, Bapak Piter Kone dan Mama Modestasia Tewu yang senantiasa memberikan semangat, Doa, pelukan, nasehat, kasih sayang dan dukungan kepada penulis dalam memperjuangkan masa depan dan kebahagiaan penulis.
3. Yang tersayang ketiga adik penulis, Edmon, Fendi, Nindi yang memberikan dukungan kepada penulis.
4. Kepada yang terkasih Avend Kotta yang selalu menemani, memberikan Dukungan dan semangat kepada Penulis.
5. Yang terkasih Dosen Pembimbing Bapak Gabriel Tanusi, SE.,M.Si dan Ibu Maria Helena C. Dua Mea,SS.,MM yang telah banyak membantu memberikan bimbingan, saran, serta koreksi dalam penulisan Skripsi ini.
6. Sahabat Beata Ngura teman-teman prodi Manajemen angkatan 2020, Universitas Flores.
7. Almamater tercinta Universitas Flores
8. Terakhir kepada Diri sendiri. Enensiana Bela. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah

dimulai. Terimakasih selalu melibatkan Tuhan Yesus dan Bunda Maria dalam pergumulan hidup. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah dalam menyelesaikan penulisan sederhana ini, serta senantiasa menikmati proses yang tidak mudah dalam perjalanan hidup ini. Terimakasih sudah bertahan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan ke-hadirat Tuhan yang mahakuasa yang telah memberikan karunia, berkat dan rahmat yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Kemudahan, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Sistem E-commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas Flores”** dengan baik, keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Willybrordus Lanama, M.M.A. selaku Rektor Universitas Flores Beserta jajarannya.
2. Bapak Dr. Rafael Ocatianus Byre, SE.,M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores.
3. Ibu Maria Endang Jamu, SE, MM selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores.
4. Bapak Gbriel Tanusi, SE.,M.Si I yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Ibu Maria Helena C. Dua Mea, SS.,MM Pembimbing II yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Bapak, ibu Dosen Penguji I, II dan III
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu saran dan kritik yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan oleh penulis. Dan harapan dari penulis semoga skripsi ini dapat memberi manfaat kepada pembaca pada umumnya.

Ende, Juli 2024

Enensiana Bela

ABSTRAK

Enensiana Bela, 2020410093, Fakultas Ekonomi, Program Sarjana, Pengaruh Promosi ,Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online melalui Sistem E-commerce Shopee pada Mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Flores Pembimbing I: Gabriel Tanusi,SE.,M.Si 2: Maria Helena C. Dua Mea S.,SMM

Tujuan Penelitian bertujuan untuk mengetahui (1) Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Online melalui sistem E-commerce Shopee pada Mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Flores . (2) pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian online melalui Sistem E-commrce Shopee pada Mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Flores (3) pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian Online melalui sistem E-commerce Shopee pada Mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian asosiatif, dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini berlokasi di Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Flores. Sampel dalam Penelitian ini berjumlah 125 orang. Data yang dikumpulkan dengan kuesioner yang telah diuji hipotesis penelitian ini. hasil penelitian menunjukan bawa, (1) ada pengaruh signifikan Promosi terhadap Keputusan pembelian online melalui sistem E-commerce Shopee pada Mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Flores dengan nilai beta (β) sebesar 0,189 (2) ada pengaruh signifikan kemudahan terhadap keputusan pembelian online melalui sistem E-commerce Shopee pada Mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Flores dengan nilai beta (β) sebesar 0,170. (3) ada pengaruh signifikan Kepercayaan terhadap keputusan pembelian online melalui sistem E-commerce Shopee pada mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi universitas Flores dengan nilai beta (β) sebesar 0,349.

Kata Kunci: Promosi, Kemudahan Kepercayaan, Keputusan Pembelian Online

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGATAR	ix
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.2 Fungsi Pemasaran	12
2.2 Promosi	12
2.2.1 Pengertian Promosi	15
2.2.2 Bauran Promosi	15
2.2.3 Indikator Promosi	17
2.2.4 Fungsi Promosi.....	17
2.2.5 Tujuan Promosi.....	19
2.2.6 Manfaat Promosi	20
2.3 Kemudahan	20
2.3.1 Pengertian Kemudahan	20
2.3.2 Indikator Kemudahan	21

2.3.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemudahan	22
2.4	Kepercayaan	23
2.4.1	Pengertian kepercayaan	23
2.4.2	Indikator Kepercayaan	24
2.4.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan	25
2.5	Keputusan Pembelian	25
2.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.5.2	Indikator Keputusan Pembelian	27
2.5.3	Tahap-tahap dalam proses pembelian	27
2.5.4	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	29
2.5.5	Jenis-jenis Keputusan pembelian	31
2.6	Penelitian Terdahulu	32
2.7	Pengembangan Hipotesis	33
2.7.1	Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.....	33
2.7.2	Pengaruh Kemudahan terhadap keputusan pembelian.....	34
2.7.3	Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian	35
2.8	Kerangka Pemikiran	36
BAB III	METODE PENELITIAN	38
3.1	Jenis Penelitian	38
3.2	Lokasi Penelitian	38
3.3	Populasi dan Sampel	38
3.3.1	Populasi.....	38
3.3.2	Sampel.....	39
3.4	Teknik Pengumpulan Data	40
3.5	Instrumen Peneliti	40
3.6	Sumber Data	41
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	41

3.8 Metode Analisis Data.....	42
3.8.1 Uji Validitas	42
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	43
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.8.4 Uji Hipotesis.....	44
3.9 Alat Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASA.....	48
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	48
4.2 Hasil Penelitian	49
4.2.1 Deskripsi Data Responden.....	49
4.2.2 Uji Kualitas Data.....	53
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.2.4 Uji Hipotesis.....	61
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	71
4.3.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Sistem e-commerce shopee.....	71
4.3.2 Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Sistem e-commerce shopee.....	72
4.3.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Sistem e-commerce shopee.....	73
4.3.4 Pengaruh Promosi, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Sistem e-commerce shopee	75
BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	