

**PENGARUH HARGA DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA DI *TIKTOK SHOP*
(STUDI KASUS PADA INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA
KWIK KIAN GIE)**

Oleh:

Nama: Brigitte Veronica Tanjung

NIM: 70200297

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi Bisnis Digital



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

JANUARI 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGESAHAN
PENGARUH HARGA DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA DI *TIKTOK SHOP*
(STUDI KASUS PADA INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA
KWIK KIAN GIE)

Diajukan Oleh

Nama: Brigitte Veronica Tanjung

Nim: 70200297

Jakarta, 6 Februari 2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing

(Brastoro, S.E., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2024

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di *TikTok Shop* (Studi Kasus Pada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)” dengan tepat waktu dan tanpa adanya halangan yang berarti. Penulisan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari pengarahannya dan bimbingan dari berbagai pihak, serta memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi. Pihak-pihak yang terkait itu diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bapak Brastoro, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran dan perhatian telah bersedia untuk meluangkan dan memberikan waktu, tenaga, motivasi serta pengarahannya kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi hingga dapat diselesaikan dengan baik.
2. Ibu Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si., sebagai Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan berbagai informasi kepada peneliti seputar penulisan skripsi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
3. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa mendukung dalam doa di setiap langkah yang dijalankan oleh peneliti dan selalu memenuhi kebutuhan peneliti selama proses pendidikan hingga saat ini, serta tidak lupa memberikan motivasi yang dapat mencerahkan dan menguatkan yang sangat berarti bagi peneliti.



4. Saudara kandung peneliti Michael Tanjung, Peter Tanjung, dan Natasha Jasmine Tanjung yang selalu mendukung peneliti di dalam doa serta memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
 5. Teman - teman peneliti di kampus Anastasia Justine Lauw, Brayanto Setiawan, Elisabeth Cika Tan, dan Meliana yang telah memberikan masukan dan dukungan yang luar biasa.
 6. Sahabat peneliti diluar kampus Clara Evangelisca, Gracea Angel, Septrylina Prihixkia Gabriela yang selalu menemani peneliti disaat senang maupun susah, saling menguatkan satu sama lain, dan selalu mendukung selama proses penulisan skripsi.
- Peneliti menyadari dan mengetahui bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih memiliki kesalahan ataupun kekurangan. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan permohonan maaf atas segala kekurangan yang terdapat pada skripsi ini. Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah ilmu serta memperluas wawasan bagi para pembaca.

Jakarta, Oktober 2023

Brigette Veronica Tanjung

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Brigette Veronica Tanjung / 70200297 / 2023 / Pengaruh Harga dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di *TikTok Shop* (Studi Kasus Pada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) / Pembimbing: Brastoro, S.E., M.M.

Seiring berjalannya waktu, teknologi mengalami perkembangan yang semakin canggih dan membuat masyarakat menginginkan sesuatu yang lebih praktis dan mudah untuk dilakukan, salah satunya pada saat melakukan pembelian suatu produk ataupun jasa. Sehingga, cukup banyak perusahaan yang mengubah model bisnisnya menggunakan *social commerce* dan hal ini membuat berbagai perusahaan teknologi internet bersaing. Salah satu perusahaan teknologi internet yang mampu menarik minat konsumen adalah *TikTok* dengan fitur perdagangan sosialnya yang bernama *TikTok Shop*. Namun, *TikTok Shop* harus bisa menyiapkan strategi persaingan bisnis yang unik dan akurat. Salah satu aspek yang dapat dipertimbangkan adalah pengaruh harga dan bauran promosi terhadap keputusan pembelian mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah teori harga, bauran promosi, dan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, harga dan bauran promosi sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

Objek penelitian ini adalah *TikTok Shop*. Teknik Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non – probability sampling* dengan pendekatan *judgement sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui *Google Forms* kepada 100 responden yang pernah berbelanja menggunakan *social commerce TikTok Shop*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan bauran promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie di *TikTok Shop*.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel harga terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta variabel bauran promosi terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie di *TikTok Shop*.

Kata Kunci: Harga, Bauran Promosi, dan Keputusan Pembelian.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRACT

Brigitte Veronica Tanjung / 70200297 / 2023 / *The Influence of Price and Promotion Mix on Purchasing Decisions of Students at TikTok Shop (Case Study at Institute of Business and Informatics Kwik Kian Gie)* / Advisor: Brastoro, S.E., M.M.

As time progresses, technology undergoes increasingly sophisticated developments, leading society to seek something more practical and easy to accomplish, particularly when it comes to purchasing products or services. Consequently, many companies have transformed their business models using social commerce, resulting in fierce competition among various internet technology companies. One such company that has managed to capture consumer interest is TikTok, with its social commerce feature known as TikTok Shop. However, TikTok Shop must be able to formulate a unique and accurate business competition strategy. One aspect to consider is the influence of price and promotion mix on the purchasing decisions of students in Institute of Business and Informatics Kwik Kian Gie.

The theories employed to support this research include price theory, promotion mix theory and purchasing decision theory. In this study, price and promotion mix serve as independent variables, while the purchasing decision is the dependent variable.

The research focuses on TikTok Shop, utilizing a non-probability sampling technique with a judgment sampling approach. The data collection method involves electronic questionnaire distribution via Google Forms to 100 respondents who have previously made purchases using TikTok Shop's social commerce platform.

The results indicate that both price and promotion mix have a positive and significant impact on the purchasing decisions of Institute of Business and Informatics Kwik Kian Gie students at TikTok Shop.

The conclusion of this research is that the price variable has been proven to have a positive and significant influence on purchasing decisions, and the promotional mix variable has been proven to have a positive and significant influence on the purchasing decisions of students at the Institute of Business and Informatics Kwik Kian Gie on TikTok Shop.

Keywords: Price, Promotion Mix, and Purchasing Decision.



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Batasan Penelitian.....	7
1.5 Rumusan Masalah.....	7
1.6 Tujuan Penelitian	7
1.7 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Harga.....	9
2.1.2 Bauran Promosi	13
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
2.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan	21



2.3.2	Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan	21
2.3.3	Diagram Kerangka Pemikiran.....	22
2.4	Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....		24
3.1	Obyek Penelitian.....	24
3.2	Disain Penelitian.....	24
3.3	Populasi dan Sampel	27
3.3.1	Populasi Penelitian.....	27
3.3.2	Sampel Penelitian.....	27
3.4	Lokasi Penelitian.....	28
3.5	Variabel Penelitian.....	28
3.5.1	Variabel Bebas	29
3.5.2	Variabel Terikat.....	31
3.6	Teknik Pengumpulan Data	31
3.7	Pengolahan Data dan Analisis Data.....	33
3.7.1	Evaluasi Model Pengukuran	33
3.7.2	Analisis Deskriptif	34
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	37
3.7.4	Uji Regresi Linier Berganda.....	39
3.7.5	Uji Hipotesis	39
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	41
4.2	Analisis Deskriptif	43
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia	43



4.3 Hasil Penelitian	44
4.3.1 Uji Validitas	44
4.3.2 Uji Reliabilitas	46
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel	48
4.3.4 Uji Asumsi Klasik	54
4.3.5 Uji Regresi Linear Berganda	56
4.3.6 Uji Keberartian Model (Uji F)	57
4.3.7 Uji Signifikan Koefisien (Uji t)	57
4.3.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
4.4 Pembahasan	59
4.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.4.2 Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	65

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Pengukuran Variabel Harga	29
Tabel 3.2 Pengukuran Variabel Bauran Promosi.....	30
Tabel 3.3 Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian	31
Tabel 3.4 Ketentuan Instrumen Pengukuran Penelitian	33
Tabel 3.5 Skala Likert.....	37
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Bauran Promosi.....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bauran Promosi.....	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	47
Tabel 4.9 Skor Rata – Rata Variabel Harga	48
Tabel 4.10 Skor Rata – Rata Variabel Bauran Promosi	50
Tabel 4.11 Skor Rata – Rata Variabel Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	57
Tabel 4.17 Hasil Uji t	57
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Popularitas <i>Social Commerce</i> di Indonesia	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4.1 Logo <i>TikTok Shop</i>	41
Gambar 4.2 Rentang Skala Variabel Harga.....	49
Gambar 4.3 Rentang Skala Variabel Bauran Promosi	51
Gambar 4.4 Rentang Skala Variabel Keputusan Pembelian.....	53



LAMPIRAN

Lampiran 1. Pra – Kuesioner	65
Lampiran 2. Data Pra – Kuesioner	68
Lampiran 3. Hasil Output Uji Validitas	71
Lampiran 4. Hasil Output Uji Reliabilitas	72
Lampiran 5. Kuesioner	73
Lampiran 6. Data Kuesioner Responden.....	76
Lampiran 7. Hasil Output Analisis Deskriptif Jenis Kelamin.....	83
Lampiran 8. Hasil Output Analisis Deskriptif Usia.....	83
Lampiran 9. Hasil Output Analisis Deskriptif Variabel Harga	83
Lampiran 10. Hasil Output Analisis Deskriptif Variabel Bauran Promosi.....	84
Lampiran 11. Hasil Output Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	86
Lampiran 12. Hasil Output Analisis Deskriptif (<i>Mean</i>)	88
Lampiran 13. Hasil Output Uji Asumsi Klasik.....	89
Lampiran 14. Hasil Output Uji Hipotesis.....	90
Lampiran 15. Selang Kepercayaan 95% (Interval)	91
Lampiran 16. Tabel R.....	92
Lampiran 17. Tabel T.....	93
Lampiran 18. Tabel F	94
Lampiran 19. Hasil Cek Plagiasi Turnitin	95
Lampiran 20. Kartu Bimbingan Skripsi	96
Lampiran 21. Surat Pernyataan Orisinalitas.....	97