

**PENGARUH PROMOSI DAN PENGALAMAN PENGGUNA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DALAM
APLIKASI UNIQLO ID DAERAH JAKARTA UTARA**

Oleh :

Nama : Gabriel Vestus Tanos

NIM : 75200126

Skripsi

Program studi Administrasi Bisnis

Konsentrasi Bisnis Digital



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

JUNI 2024



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Diliindungi 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

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.

PENGESAH

**PENGARUH PROMOSI DAN PENGALAMAN PENGGUNA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DALAM APLIKASI UNIQLO ID Daerah
JAKARTA UTARA**

Diajukan Oleh

Nama : Gabriel Vetus Tanos

NIM : 75200126

Jakarta, Juni 2024

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing

(Dr. Drs Tony Sitinjak, M.M)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

AGUSTUS 2024



ABSTRAK

Gabriel Vestus Tanos / 75200126 / 2024 / Pengaruh Promosi dan Pengalaman Pengguna

Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dalam Aplikasi Uniqlo ID Daerah Jakarta Utara /

Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M.

Teknologi dan informasi dalam beberapa tahun terakhir berkembang pesat dan alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat yaitu melalui internet. Salah satu yang terlibat dalam kegiatan *online* seperti *chat*, *e-mail*, *browsing* serta belanja *online* lebih mudah untuk di akses. Fesyen dan aksesoris menempati nomor 2 produk yang dicari saat berbelanja *online*, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian promosi dan pengalaman pengguna terhadap keputusan pembelian produk Uniqlo dalam aplikasi Uniqlo ID.

Teori yang digunakan untuk mendukung ini adalah promosi, pengalaman pengguna, dan keputusan pembelian. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 yaitu variabel *independent* dan variabel *dependen*. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu promosi dan pengalaman pengguna, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian.

Objek penelitian ini adalah produk uniqlo yang dibeli secara *online* melalui aplikasi Uniqlo ID. Penelitian mengumpulkan data kuesioner menggunakan google form, dengan menyebarkan kepada 110 responden. Pengambilan sample dilakukan dengan teknik *judgement sampling*.

Keluaran yang dihasilkan dalam penelitian ini yaitu bahwa promosi memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian, dan pengalaman pengguna berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian menunjukkan bahwa responden menilai promosi uniqlo kurang baik, pengalaman pengguna yang baik.

Kata Kunci : Promosi, Pengalaman Pengguna, dan Keputusan Pembelian

Hak Cipta © milik IBI KKG (Institusi 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.



ABSTRACT

Gabriel Vestus Tanos / 75200126 / 2024 / *The Influence of Promotion and User Experience on Product Purchase Decisions in the Uniqlo ID Application in North Jakarta Area* / Dr.

Drs. Tony Sitinjak, M.M.

Technology and information have developed rapidly in recent years and the communication tools that are in great demand by the public are through the internet. One of those involved in online activities such as chat, e-mail, browsing and online shopping is easier to access. Fashion and accessories are number 2 products sought when shopping online, so the author is interested in conducting research on promotions and user experiences on purchasing decisions for Uniqlo products in the Uniqlo ID application.

The theory used to support this is promotion, user experience, and purchasing decisions. The variables in this study are divided into 2, namely independent variables and dependent variables. The independent variables in this study are promotion and user experience, while the dependent variable in this study is the purchasing decision.

The object of this study is Uniqlo products purchased online through the Uniqlo ID application. The study collected questionnaire data using Google Form, by distributing it to 110 respondents. Sampling was done using judgment sampling technique.

The output produced in this study is that promotion has a negative influence on purchasing decisions, and user experience has a positive influence on purchasing decisions.

The study shows that respondents consider Uniqlo's promotion to be less good, and the user experience to be good.

Keywords: *Promotion, User Experience, and Purchasing Decisions*

Hak Cipta dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Penulisan 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.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkatnya dan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : “Pengaruh Promosi dan Pengalaman Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dalam Aplikasi Uniqlo ID Daerah Jakarta Utara” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam melaksanakan penelitian dan penulisan Skripsi ini, penulis mendapatkan banyak pengalaman, wawasan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga tantangan itu bisa teratasi. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis perkenankan mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini, terutama kepada :

1. Bapak Dr. Drs Tony Sitinjak, M.M selaku Dosen Pembimbing yang membimbing serta memberikan pengarahan dalam menyelesaikan karya akhir.
2. Kepada kedua orang tua penulis yang telah memberikan bantuak berupa doa serta motivasi selama proses penyusunan karya akhir.
3. Seluruh Dosen Instiut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangatlah berharga bagi penulis.
4. Kepada Sebastian, Daren, dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
5. Kepada para responden yang telah membantu penulis dalam mengisi kuesioner.
6. Kepada berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dapat menyelesaikan karya akhir.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritikan dan saran yang membangun serta bermanfaat demi kesempurnaan penulisan skripsi

ini akan disambut dengan baik. Penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, Agustus 2024

Penulis

Gabriel Vestus Tanos

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

DAFTAR ISI

PENGESAH.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	ii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Batasan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Batasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Perumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.6 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.7 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teoritis	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Pengalaman Pengguna.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Promosi	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 E-Commerce.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Hubungan Promosi Dengan Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Hubungan Pengalaman Pengguna Dengan Keputusan Pembelian....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Desain Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Tingkat Perumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.2.3 Kontrol Variabel oleh Peneliti	Error! Bookmark not defined.
3.2.4 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.





3.2.5 Dimensi Waktu	Error! Bookmark not defined.
3.2.6 Cakupan Topik	Error! Bookmark not defined.
3.2.7 Lingkungan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.8 Kesadaran Persepsi Partisipan.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Variabel Dependen	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Variabel Independen	Error! Bookmark not defined.
3.4 Teknik Pengumpulan Sample	Error! Bookmark not defined.
3.5 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.6 Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.2 Evaluasi Model Pengukuran.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
3.6.4 Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2 Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
4.3.4 Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4.4 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Simpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

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 1	1 10 Negara yang paling sering belanja online.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2	2 Produk yang paling banyak dibeli di E-commerce Indonesia	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1	3 Penjualan Uniqlo tahun 2022-2023	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2	1 Penelitian Terdahulu 1	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2	2 Penelitian Terdahulu 2	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2	3 Penelitian Terdahulu 3	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3	1 Indikator Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3	2 Indikator Promosi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3	3 Indikator Keputusan Pengalaman Pengguna	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3	4 Tabel Skala Likert.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3	5 Perhitungan Skala Likert	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3	6 Rentang Skala.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4	1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4	2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4	3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4	4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk ..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4	5 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4	6 Uji Validitas Promosi 30 Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4	7 Uji Validitas Pengalaman Pengguna 30 Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4	8 Uji Validitas Keputusan Pembelian 96 Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4	9 Hasil Uji Realibilitas 30 Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4	10 Tabel Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4	11 Tabel Uji Multikolinearitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4	12 Tabel Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4	13 Tabel Uji R ²	Error! Bookmark not defined.

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 GAMBAR

- Gambar 1. 1 Keluhan Konsumen Untuk Aplikasi Uniqlo ID di Play Store..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....**Error! Bookmark not defined.**

- Hak cipta Dilindungi Undang-Undang
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)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.