

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI APLIKASI *ONLINE*
TOKOPEDIA OLEH MAHASISWA FAKULTAS EKONOMIKA
DAN BISNIS UNWIRA KUPANG**



SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Untuk Derajat Sarjana S1

Program Studi Ekonomi Pembangunan

Oleh

Adolfus E Manek
NIM : 31118089

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2023**

LEMBARAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI APLIKASI
ONLINE TOKOPEDIA OLEH MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMIKA DAN BISNIS UNWIRA KUPANG**


Oleh

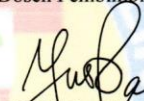
Adolfus E Manek
NIM : 31118089

**Telah Disetujui
Oleh**

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. M.E. Perseveranda, SE., M.Si
NIDN : 0810066703
Tanggal :


Enike T. Yustin Dima, SE., ME
NIDN : 0806087301
Tanggal :

Mengetahui

Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan


Emiliana Martuti Lawalu, SE, ME
NIDN : 0822038001
Tanggal :

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah diterima dan disahkan dengan baik oleh Panitia Penguji Skripsi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira, yang diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : Selasa, 12 Desember 2023
Tempat : Ruang Micro Teaching
Jam : 09:00 – 11:00 WITA
Atas Nama : Adolfus Emanuel Manek
No. Registrasi : 31118089
Dinyatakan : **LULUS**

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Ketua : Dr. M.E. Perseveranda, SE., M.Si (.....)
Sekretaris : Enike Tje Yustin Dima, SE., ME (.....)
Penguji I : Dr. Henny A. Manafe, SE, MM (.....)
Penguji II : Br. Salomon Leki, SE, M.Ec.Dev (.....)
Penguji III : Dr. M.E. Perseveranda, SE., M.Si (.....)

MENGETAHUI

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis


Dr. M.E. Perseveranda, SE., M.Si
NIDN : 0819066703

Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan


Emiliانا Martuti Lavalu, SE., ME
NIDN : 0822038001

PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah pekerjaan saya sendiri dan di dalam tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan disuatu perguruan tinggi dan lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan didalam tulisan ini dan daftar pusta

Kupang, Desember 2023


dolfus E Manek
NIM : 31118089

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO

Tetaplah berusaha, walaupun itu melelahkan.

Bagaimanapun hasilnya, yang penting sudah
berusaha

Percayalah bahwa rencana Tuhan itu lebih baik

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Tuhan yang Maha Esa, karna berkat dan penyertaan-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan pada waktunya.
2. Bapak dan Mama tercinta dan adik tersayang terima kasih atas doa, motivasi, cinta, kasih sayang dan dukungan yang telah diberikan.
3. Diriku sendiri, jangan puas hanya sampai di sini, teruslah mengejar mimpi-mimpi itu, jangan menyerah dan tetap semangat !
4. Bapak dan ibu dosen yang telah setia membimbing dari awal kuliah sampai akhir ini

ABSTRAK

Penelitian ini ditulis oleh Adolfus Emanuel Manek (31118089) Program Studi Ekonomi Pembangunan, Pembimbing I Dr. M.E. Perseveranda, SE., M.Si dan Pembimbing II Enike T. Yustin Dima, SE., ME dengan judul penelitian **“Analisis Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Online Tokopedia Oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNWIRA Kupang”**

Tujuan peneliiian ini adalah 1) Untuk mengetahui persepsi konsumen tentang Reputasi, Kelengkapan Produk, Motif Konsumen dan gambaran Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi *Online* Tokopedia oleh Mahasiwa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang. 2). Untuk mengetahui pengaruh Reputasi, Kelengkapan Produk dan Motif Konsumen secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Pembelian melalui aplikasi *online* Tokopedia oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, dan data yang diperoleh melalui penyebaran kisioner kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang. Dari hasil penelien diolah menggunakan output SPSS version 24.

Hasil penenelitian menunjukkan bahwa reputai (X_1) dengan nilai T hitung $2,412 > 2,363$ T tabel dengan tingkat signifikan sebesar $0,01 < 0,05$, kelengkapan produk (X_2), dengan nilai T hitung $2,286 < 2,135$ T tabel dengan tingkat signifikan sebesar $0,02 < 0,05$, motif pembelian (X_3) dengan nilai T hitung $3,687 > 3,171$ berpengaruh signifikan sebesar $0,00 < 0,05$, maka secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variable dependen. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa reputasi (X_1), kelengkapan produk (X_2), dan motif pembelian (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan koefisien estimasi yang dihasilkan bernilai positif yang memiliki arti bahwa semakin tinggi reputasi, kelengkapan produk, motif pembelian, maka keputusan pembelian akan semakin tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen reputasi X_1 , kelengkapan produk X_2 dan motif pembelin X_3 berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeli Y. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung $43,909 > 2,69$ lebih besar dari F tabel dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, Dan tampilan output statical package for the social scences (SPSS) model summary menunjukkan besarnya Adjusted R Square $R^2 = 0,566$ Artinya bahwa pengaruh variabel independen (reputasi X_1 , kelengkapan produk X_2 , motif pembelian X_3) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian Y) Sebesar 56,6%, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan reputasi X_1 , Kelengkapan produk X_2 , Motif pembelian X_3 Berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Kata kunci: keputusan, reputasi, kelengkapan produk, motif pembelian

ABSTRACT

This research was written by Adolfus Emanuel Manek (31118089) Development Economics Study Program, Supervisor I Dr. M.E. Perseveranda, SE., M.Si and Supervisor II Enike T. Yustin Dima, SE., ME with the research title **"Purchase Decision Analysis Using the Tokopedia Online Application by Students of the Faculty of Economics and Business UNWIRA Kupang"**

The purpose of this research is 1) To determine consumer perceptions regarding Reputation, Product Completeness, Consumer Motives and description of Purchasing Decisions through the Tokopedia Online Application by Students from the Faculty of Economics and Business, Widya Mandira Catholic University, Kupang. 2). To determine the partial and simultaneous influence of Reputation, Product Completeness and Consumer Motives on Purchasing Decisions via the Tokopedia online application by Students of the Faculty of Economics and Business, Widya Mandira Catholic University, Kupang.

This research uses quantitative descriptive methods, and data is obtained through distributing questionnaires to students at the Faculty of Economics and Business, Widya Mandira Catholic University, Kupang. The research results were processed using SPSS version 24 output.

The research results show that reputation (X_1) with a calculated T value of $2.412 > 2.363$ T Tabel with a significant level of $0.01 < 0.05$, product completeness (X_2), with a calculated T value of $2.286 < 2.135$ T Tabel with a significant level of $0,02 < 0.05$, purchase motive (X_3) with a calculated T value of $3.687 > 3.171$ has a significant effect of $0.00 < 0.05$, then partially the in1

dependent variable has a significant effect on the dependent variable. From the results of the analysis it can be concluded that reputation (X_1), product completeness (X_2), and purchasing motives (X_3) have a significant influence on purchasing decisions. This is proven by the resulting estimated coefficient being positive, which means that the higher the reputation, product completeness, purchasing motive, the higher the purchasing decision will be. The research results show that simultaneously the independent variables are reputation X_1 , product completeness X_2 and purchasing motive X_3 has a significant effect on the decision of buyer Y. This is proven by the calculated F value of $43.909 > 2.69$ which is greater than the F Tabel with a significance level of $0.000 < 0.05$, and the display of the statical package for the social scenes (SPSS) model summary output shows the Adjusted amount R Square $R^2=0.566$ This means that the influence of the independent variable (reputation X_1 , product completeness purchase X_3 Has a positive and significant influence on purchasing decisions (Y).

Keywords: decision, reputation, product completeness, purchasing motive

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas Berkat dan Rahmat-Nya, penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **“Analisis Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Online Tokopedia Oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unwira Kupang”**. Tujuan dari penulisan Skripsi ini adalah untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Penulisan Skripsi ini dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan limpah terimakasih kepada :

1. Pater Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Ibu Dr. M.E. Perseveranda, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ibu Emiliana Martuti Lawalu, SE, ME selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
4. Ibu Dr. M.E. Perseveranda, SE., M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Enike T. Yustin Dima, SE., ME selaku pembimbing II yang telah rela meluangkan waktu untuk membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Bruder Salomon Leki, SE. M.Ec.Dev selaku Pembimbing Akademik yang selalu membimbing dan memberikan solusi kepada penulis selama kuliah.

6. Pegawai Tata Usaha Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah membantu dan melancarkan semua administrasi
7. Orang tua tercinta Ayah Gabriel Manek dan Ibu Anastasia Mano , Alm Kakak Benny Manek, Kakak Joni Manek, Kaka Mery Manek da Adik Even Manek serta keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan yang besar kepada penulis selama ini.
8. Semua sahabat serta rekan-rekan Ekonomi Pembangunan angkatan 2018 yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dengan caramereka masing-masing.
9. Terima kasih juga untuk Risky Boki, Rio Kollo, Otta Manek, kaka Ani yang senantiasa mendukung penulis dalam menyelesaikan penulisan Skripsi.
10. Kepada Solina yang selalu mendukung dan meluangkan waktu selama proses penyusunan Skripsi

Walaupun demikian, penulis menyadari bahwa penulis merupakan manusia yang tidak pernah luput dari kesalahan, sebab itu penulis sadar bahwa penulisan skripsi ini masih mempunyai banyak kesalahan dan jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penulisan ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat dijadikan acuan untuk ditindak lanjuti peneliti lainnya dan bermanfaat bagi kita semua terutama bagi Program Studi Ekonomi Pembangunan tercinta.

Kupang, Januari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
TEORITIS	8
2.1. Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Perusahaan.....	8
2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran.....	12
2.1.3 Perilaku Konsumen	13
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.5 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pembelian	19
2.1.6 Reputasi.....	23
2.1.7 Pengertian kelengkapan produk	25
2.1.8 pengertian Motif Pembelian.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Kerangka Berpikir	40
2.4 Hipotesis	41

BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	42
3.2 Variabel	42
3.2.1 Variabel Penelitian	42
3.2.2 Definisi Operasional.....	43
3.3 Populasi dan Sampel	44
3.4 Jenis Data	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6 Uji Instrumen	47
3.7 Metode Analisis Data.....	49
BAB IV GAMBARAN OBJEK PENELITIAN.....	57
4.1 Gambaran Umum Unwira	57
4.2 Visi Misi	61
4.2.1 Visi	61
4.2.2 Misi	61
4.3 Tata Letak Unwira.....	61
4.3.1 Kampus I	61
4.3.2 Kampus II.....	62
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
5.1 Karakteristik Responden	63
5.1.1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin	63
5.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan usia	64
5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	65
5.2 Reputasi.....	65
5.2.1 kelengkapan produk	66
5.2.2 Motif Pembelian.....	66
5.3 Analisis Data	66
5.3.1. Analisis Deskriptif.....	66
5.3.2 Analisis Validitas	66
5.3.3 Uji Reabilitas.....	68
5.3.4 Uji Asumsi Klasik	69

5.3.5 Uji Multikolonialitas	72
5.4 Pengujian Hipotesis.....	72
5.5 Analisis Linear Berganda.....	74
5.6 Pembahasan.....	80
5.6.1 Pengaruh Reputasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
5.6.2 Pengaruh Kelengkapan produk Terhadap keputusan pembelian.....	82
5.6.3 Pengaruh Motif pembelian Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
BAB VI PENUTUP.....	86
6.1 Kesimpulan	86
6.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pembeli dan <i>Omsset</i> Penjualan Tokopedia Di Indonesia.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator, dan Skala Pengukuran ..	43
Tabel 5.1 Responden berdsarkan jenis kelamin.....	63
Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 5.3 Responden Berdasarkan Program Studi.....	65
Tabel 5.4 Uji Validitas	67
Tabel 5.5 Correlations.....	67
Tabel 5.6 Uji Reability	68
Tabel 5.7 Uji normalitas	69
Tabel 5.8 One sampel kolomogrov	72
Tabel 5.9 Uji Multikolonearitas	73
Tabel 5.10 Regresi Linear Berganda	75
Tabel 5.11 Uji t	77
Tabel 5.12 Uji f	78
Tabel 5.14 Hasil uji determinasi R ²	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	41
Gambar 5.1 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	70
Gambar 5.2 P-plot Uji Normalitas	71
Gambar 5.3 Uji Heterokedastisitas	74