

**ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI,
PRODUK DAN KEAMANAN SITUS *ONLINE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *FASHION* MELALUI INTERNET DI
INDONESIA**



SKRIPSI

Di ajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

HAWIK FEBRY WEDYOPRAMANA

NIM. 12010110151124

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2012

**ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI,
PRODUK DAN KEAMANAN SITUS *ONLINE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *FASHION* MELALUI INTERNET DI
INDONESIA**



SKRIPSI

Di ajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

HAWIK FEBRY WEDYOPRAMANA

NIM. 12010110151124

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2012

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Hawik Febry Wedyopramana

Nomor Induk Mahasiswa : 12010110151124

Fakultas / Jurusan : FEB / Manajemen

Judul Usulan Penelitian Skripsi : ANALISIS PENGARUH HARGA,
PROMOSI, PRODUK DAN KEMANAN
SITUS ONLINE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
FASHION MELALUI INTERNET DI
INDONESIA

Dosen Pembimbing : Dra. Hj. Intan Ratnawati, MSi

Semarang,

Dosen Pembimbing,

(Dra. Hj. Intan Ratnawati, MSi)

NIP. 196209251986032000

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Hawik Febry Wedyopramana

Nomor Induk Mahasiswa : 12010110151124

Fakultas / Jurusan : FEB / Manajemen

Judul Usulan Penelitian Skripsi : ANALISIS PENGARUH HARGA,
PROMOSI, PRODUK DAN KEMANAN
SITUS ONLINE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
FASHION MELALUI INTERNET DI
INDONESIA

Dosen Pembimbing : Dra. Hj. Intan Ratnawati, MSi

Telah dinyatakan lulus pada tanggal 14 November 2012

Tim Penguji

1. Dra. Hj. Intan Ratnawati, MSi (.....)
2. Drs. Sutopo, MS (.....)
3. Imroatul Khasanah,S.E.,MM (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Hawik Febry Wedyopramana, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI, PRODUK DAN KEAMANAN SITUS *ONLINE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PROUDK FASHION MELALUI *INTERNET* DI INDONESIA** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan 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 penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja atau tidak. dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini.

Semarang,

Yang membuat pernyataan,

(Hawik Febry Wedyopramana)

NIM : 12010110151124

MOTTO

“Sebaik baiknya manusia adalah yang bermanfaat bagi sesamanya”

(hadist riwayat Tabrani, darul qutni, baihaki & ibnu asakir)

“sesungguhnya ALLAH tidak merubah nasib suatu kaum, sebelum mereka merubah nasib mereka sendiri” (QS Ar-ra’d ayat 11)

Perbanyaklah kamu mengingat mati, karena hal itu bisa membersihkan dosa dan menyebabkan kamu zuhud atau tidak cinta kepada dunia. (Rasulullah)

ABSTRAK

Latar belakang dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis adakah dan seberapa besar pengaruh dari harga, promosi, produk dan keamanan situs *online* terhadap keputusan pembelian produk *fashion* melalui *internet* di Indonesia karena berdasarkan data dari www.google.co.id/trends/ bahwa banyak pengguna *internet* terutama dari mesin pencari *google* bahwa Negara Indonesia salah satu Negara termasuk dalam sepuluh besar yang mencari atau tertarik dengan produk *fashion* di *internet*, padahal kejahatan dunia maya di Indonesia salah satu terbesar di dunia sehingga banyak perusahaan *online* di dunia yang enggan untuk menjual produknya di Indonesia.

Data yang diperoleh dilakukan dengan menggunakan kuesioner baik menggunakan kuesioner *online* atau kuesioner biasa terhadap konsumen di Indonesia yang pernah atau sering membeli produk *fashion* melalui *internet* sebanyak 100 responden baik melalui media jejaring sosial seperti *facebook* dan *twitter* atau forum jual beli seperti kaskus dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang di peroleh berupa analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis Kuantitatif meliputi uji validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda dan *Uji Goodness of Fit* yang meliputi Uji T, Uji F dan Uji R square.

Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,247 X1 + 0,722 X2 + 0,078 X3 + 0,035 X4$$

Dimana variabel Keputusan Pembelian (Y), variabel Harga (X1), variabel Produk (X2), Promosi (X3) dan Keamanan Situs Online (X4). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa keempat variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa keempat variabel independen yang diteliti secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen Keputusan pembelian. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,877 menunjukkan bahwa 87,7 persen variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen dalam persamaan regresi berganda. Sedangkan sisanya sebesar 12,3 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar keempat variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Produk, Keamanan Situs Online, Keputusan Pembelian, *fashion*, *internet*

ABSTRACT

Background This study aimed to analyze the influence is there and how much of the price, promotion, product and site security online purchase decisions of fashion products through the Internet in Indonesia because based on data from www.google.co.id/trends/ that many Internet users especially from the google search engine that Indonesia one of the countries included in the top ten of the search or interested in fashion products on the internet, but cyber crime in Indonesia one of the largest in the world so many online companies in the world are reluctant to sell their products in Indonesia.

The data obtained through a questionnaire either using online questionnaires or used basic questionnaires to consumers in Indonesia who have or are buying fashion products at internet 100 respondents either through social media such as facebook and twitter or trading forum such as Kaskus by using purposive sampling and then carried out the analysis of the data that was obtained in the form of qualitative and quantitative analysis. Quantitative analysis includes test validity, test reliability, test assumptions Classical Multiple Regression Analysis and Test of Goodness of Fit includes T test, The F and R-square test.

The data that meet the test validity, test reliability and test the assumptions of classical processed to generate a regression equation as follows:

$$Y = 0,247 X1 + 0,722 X2 + 0,078 X3 + 0,035 X4$$

Where the buying decision variable (Y), variable price (X1), variable products (X2), Promotion (X3) and Security Site Online (X4). Hypothesis testing using t-test showed that the four independent variables studied proved to significantly affect the dependent variable partially on Purchase Decision. Then through the F test can be seen that the four independent variables studied simultaneously influence the buying decision dependent variable. Figures Adjusted R Square of 0.877 indicates that 87.7 percent Buying Decision variables can be explained by the four independent variables in the regression equation. While the remaining 12.3 percent is explained by other variables outside the four variables used in this study.

KeyWords: *Price, Promotion, Product, Security Site Online, Purchase Decision, fashion, internet*