

**PENGARUH PROMOSI, ATRIBUT PRODUK, DAN  
LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI TOKOPEDIA**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**Veronika**

**190910024**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS  
ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
2022**

**PENGARUH PROMOSI, ATRIBUT PRODUK, DAN  
LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI TOKOPEDIA**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar sarjana**



**Oleh :**

**Veronika**

**190910024**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS  
ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
2022**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Veronika

NPM : 190910024

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

### **PENGARUH PROMOSI, ATRIBUT PRODUK, DAN LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 13 Januari 2023



**Veronika**

190910024

**PENGARUH PROMOSI, ATRIBUT PRODUK, DAN  
LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI TOKOPEDIA**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar sarjana**

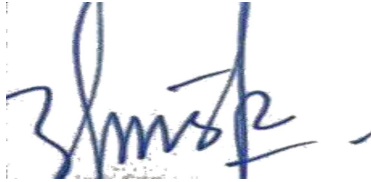
**Oleh :**

**Veronika**

**190910024**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 13 Januari 2023**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Nora Pitri Nainggolan', is enclosed in a rectangular box.

**Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si.**

**Pembimbing**



## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu bisa mengetahui bagaimana promosi, atribut produk, dan loyalitas konsumen terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. Pada penelitian ini jumlah responden konsumen yang diambil yaitu 100 responden sebagai populasi penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner. Menganalisis dan mengolah data dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di Tokopedia dengan nilai T hitung  $1,692 > T \text{ tabel } 1,984$ , pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian di Tokopedia dengan nilai T hitung  $3,196 > T \text{ tabel } 1,984$ , dan loyalitas konsumen terhadap keputusan pembelian di Tokopedia dengan nilai T hitung  $5,656 > T \text{ tabel } 1,984$ . Dari hasil penelitian bisa dilihat bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Tokopedia sedangkan atribut produk dan loyalitas konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. Nilai F hitung yang diperoleh sebesar  $61,351 > \text{dari } F \text{ tabel } 2,70$ . Dari hasil penelitian bisa menunjukkan bahwa variabel promosi, atribut produk dan loyalitas konsumen secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Tokopedia.

**Kata Kunci** : Promosi, Atribut Produk, Loyalitas Konsumen, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how promotions, product attributes, and consumer loyalty affect purchasing decisions at Tokopedia. In this study, the number of consumer respondents taken was 100 respondents as the research population using a questionnaire data collection technique. Analyze and process data using the SPSS application version 25. The effect of promotions on purchasing decisions at Tokopedia with a T count of 1.692 > T table of 1.984, the effect of product attributes on purchasing decisions at Tokopedia with a T count of 3.196 > T table of 1.984, and consumer loyalty to purchasing decisions at Tokopedia with a T count of 5.656 > T table of 1.984. From the results of the study it can be seen that promotions have no effect on purchasing decisions at Tokopedia while product attributes and consumer loyalty have an effect on purchasing decisions on Tokopedia. The calculated F value obtained is 61.351 > from F table 2.70. From the results of the study it can be shown that promotion variables, product attributes and consumer loyalty simultaneously influence purchasing decisions at Tokopedia.

**Keywords :** Promotion, Product Attributes, Consumer Loyalty, Purchase Decision

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Universitas Putera Batam. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.
4. Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis.
6. Orang tua dan keluarga yang telah mendoakan dan memberi dukungan penuh kepada penulis.
7. Responden yang telah membantu penulis untuk mengisi kuesioner yang dapat membantu proses penelitian.
8. Teman-teman se-angkatan penulis yang telah membantu dan selalu menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 13 Januari 2023



Veronika





## DAFTAR ISI

### Contents

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR RUMUS .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	6
1.3. Batasan Masalah .....	7
1.4. Rumusan Masalah .....	7
1.5. Tujuan Penelitian .....	8
1.6. Manfaat Penelitian .....	8
1.6.1. Manfaat Teoritis .....	8
1.6.2. Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1. Teori Dasar .....	10
2.1.1. Promosi .....	10
2.1.1.1. Pengertian Promosi .....	10
2.1.1.2. Indikator Promosi .....	10
2.1.1.3. Fungsi Promosi .....	11
2.1.2. Atribut Produk .....	12
2.1.2.1. Pengertian Atribut Produk .....	12
2.1.2.2. Komponen Atribut Produk .....	13
2.1.2.3. Indikator Atribut Produk .....	14
2.1.3. Loyalitas Konsumen .....	15
2.1.2.3. Pengertian Loyalitas Konsumen .....	15
2.1.2.4. Indikator Loyalitas Konsumen .....	15
2.1.2.5. Cara menciptakan dan memelihara Loyalitas Konsumen .....	16
2.1.3. Keputusan Pembelian .....	17
2.1.3.3. Pengertian Keputusan Pembelian .....	17
2.1.3.4. Indikator Keputusan Pembelian .....	18
2.1.3.5. Prosedur Keputusan Pembelian .....	18
2.2. Penelitian Terdahulu .....	19
2.3. Kerangka Pemikiran .....	20
2.3.1. Hubungan promosi terhadap keputusan pembelian .....	21
2.3.2. Hubungan atribut produk terhadap keputusan pembelian .....	21
2.3.3. Hubungan loyalitas konsumen terhadap keputusan pembelian .....	21
2.4. Hipotesis Penelitian .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	23
3.2. Sifat Penelitian .....	23
3.3. Lokasi dan periode Penelitian .....	23
3.3.1. Lokasi penelitian .....	23
3.3.2. Periode penelitian .....	23

3.4.	Populasi dan Sampel .....	24
3.4.1.	Populasi .....	24
3.4.2.	Sampel .....	24
3.4.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	25
3.5.	Sumber Data .....	25
3.6.	Metode Pengumpulan data.....	25
3.6.1.	Kuesioner (Angket) .....	26
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	26
3.7.1.	Variabel Independen (X) .....	26
3.7.2.	Variabel Dependen (Y) .....	27
3.8.	Metode Analisis Data .....	27
3.8.1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	28
3.8.2.	Uji Kualitas Data.....	28
3.8.2.1.	Uji validitas Data.....	28
3.8.2.2.	Uji Reliabilitas Data .....	29
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik.....	30
3.8.3.1.	Uji Normalitas .....	30
3.8.3.2.	Uji Multikolinearitas.....	30
3.8.3.3.	Uji Heteroskedastisitas .....	31
3.8.4.	Uji Pengaruh.....	31
3.8.4.1.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	31
3.8.4.2.	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	32
3.9.	Uji Hipotesis.....	32
3.9.1.	Uji Parsial (Uji T).....	32
3.9.2.	Uji Simultan (Uji F) .....	33
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>35</b>
4.1.	Gambaran umum objek penelitian.....	35
4.2.	Deskripsi Karakteristik responden.....	35
4.2.1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
4.2.2.	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	36
4.2.3.	Profil Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi di Tokopedia .....	36
4.2.4.	Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Konsumen di Tokopedia .....	37
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden .....	37
4.3.1.	Promosi.....	37
4.3.2.	Atribut Produk.....	38
4.3.3.	Loyalitas Konsumen.....	39
4.3.4.	Keputusan Pembelian .....	41
4.4.	Analisis Data .....	42
4.4.1.	Hasil Uji Validitas .....	42
4.4.2.	Hasil Uji Realibilitas Data .....	46
4.4.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	47
4.4.3.1.	Hasil Uji Normalitas.....	47
4.4.3.2.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
4.4.3.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	50
4.4.	Hasil Uji Pengaruh.....	51
4.4.1.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	51
4.4.2.	Hasil Analisis Koefisien Determinasi $R^2$ .....	52
4.5.	Hasil Uji Hipotesis.....	53
4.5.1.	Hasil Uji T (Uji Parsial).....	53
4.5.2.	Hasil Uji F (Regresi Simultan) .....	54

<b>4.6.</b>	<b>Pembahasan .....</b>	<b>55</b>
<b>4.7.</b>	<b>Implikasi Hasil Penelitian.....</b>	<b>57</b>
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>59</b>
<b>5.1.</b>	<b>Simpulan .....</b>	<b>59</b>
<b>5.2.</b>	<b>Saran.....</b>	<b>59</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>60</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Keluhan Konsumen.....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 1. 2 Keluhan Konsumen.....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 1. 3 Keluhan Konsumen.....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>22</b>
<b>Gambar 4. 1 Diagram Histogram .....</b>	<b>48</b>
<b>Gambar 4. 2 Diagram Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual.....</b>	<b>49</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3. 1 Periode Penelitian .....	23
Tabel 3. 2 Operasional Variabel X (Promosi, Atribut Produk,dan Loyalitas Konsumen) .....	26
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....	27
Tabel 3. 4 Skala Likert.....	28
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	36
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi diTokopedia .....	36
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Lama menjadi konsumen di Tokopedia .....	37
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi.....	38
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Atribut Produk.....	39
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Konsumen.....	40
Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	41
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Promosi.....	42
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Atribut Produk.....	43
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Loyalitas Konsumen.....	44
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Promosi.....	46
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Atribut Produk.....	46
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen.....	47
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian .....	47
Tabel 4. 17 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	49
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4. 19 Hasil Uji heteroskedastisitas.....	50
Tabel 4. 20 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	53
Tabel 4. 22 Hasil Uji T (Uji Parsial).....	53
Tabel 4. 23 Hasil Uji F (Regresi Simultan) .....	55

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3. 1 Rumus Lemeshow .....</b>	<b>24</b>
<b>Rumus 3. 2 Uji Validitas Data .....</b>	<b>28</b>
<b>Rumus 3. 3 Uji Reliabilitas Data .....</b>	<b>29</b>
<b>Rumus 3. 4 Uji Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>31</b>
<b>Rumus 3. 5 Uji T.....</b>	<b>33</b>
<b>Rumus 3. 6 Uji F.....</b>	<b>33</b>