



**PENGARUH PEMASARAN VIA *ONLINE* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK**

(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas  
Jember)

**SKRIPSI**

Oleh:

**Cepy Nurmalia Wahyuningtias  
NIM 080210391045**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**



**PENGARUH PEMASARAN VIA *ONLINE* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK**

(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas  
Jember)

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh :

**Cepy Nurmalia Wahyuningtias  
NIM 080210391045**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**

## PERSEMBAHAN

Dengan penuh kebahagiaan dan rasa syukur yang tak terhingga pada Sang Pencipta, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibunda *Nurul Fadilah* dan Ayahanda *Marsim* atas segala ketulusan cinta, kasih sayang, arahan, dukungan, pengorbanan, dan doa yang tiada henti;
2. Bapak dan Ibu dosen Pendidikan Ekonomi Universitas Jember yang relah memberikan ilmu dan bimbingannya dengan penuh kesabaran;
3. Al Jhiant Azzmi Arfinsyah yang telah memberi dukungan, motivasi dan kesetiannya selama ini;
4. Almamater yang aku banggakan Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Jember; dan
5. Semua orang yang telah mengenal dan menjadi temanku.

## MOTTO

*Nilai kehidupan tidak terletak pada panjangnya hari, tapi pada  
cara kita memanfaatkannya  
(Khalil Gibran)*

*Kalaulah kegagalan bagaikan hujan dan kesuksesan bagaikan  
matahari, maka kita butuh keduanya  
untuk bisa melihat pelangi  
(Yusuf Mansyur)*

*Tak ada yang jatuh dari langit dengan cuma - cuma,  
semua butuh usaha dan doa  
(Penulis)*

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cepy Nurmalia Wahyuningtias

NIM : 080210391045

menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh Pemasaran Via *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Produk** (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isi sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa tekanan dan paksaan serta bersedia mendapat sanksi akademik jika pernyataan di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 9 Januari 2013

Yang menyatakan,

Cepy Nurmalia Wahyuningtias  
NIM 080210391045

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

### **PENGARUH PEMASARAN VIA *ONLINE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK**

(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas  
Jember)

### **SKRIPSI**

diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Strata Satu  
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Studi Pendidikan Ekonomi pada  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Kependidikan  
Universitas Jember

Nama Mahasiswa : Cepy Nurmalia Wahyuningtias  
NIM : 080210391045  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi  
Angkatan Tahun : 2008  
Tempat, Tanggal Lahir : Probolinggo, 24 Maret 1990

Disetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Sukidin, M.Pd  
NIP. 19660323 199301 1 001

Dra. Retna Ngesti S, M.P  
NIP. 19670715 199403 2 004

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Pengaruh Pemasaran Via *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Produk** (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Rabu, 9 Januari 2013

Tempat : Gedung I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Tim Penguji :

Ketua

Sekretaris

Dra. Sri Wahyuni, M.Si  
NIP. 19570528 198403 2 002

Dra. Retna Ngesti S, M.P  
NIP. 19670715 199403 2 004

Anggota :

1. Drs. Bambang Suyadi, M.Si  
NIP. 19530605 198403 1 003 1.( ..... )
2. Dr. Sukidin, M.Pd  
NIP. 19660323 199301 1 001 2.( ..... )

Mengetahui,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Prof. Dr. Sunardi, M.Pd.  
NIP. 19540501 198303 1 005

## RINGKASAN

**“Pengaruh Pemasaran Via *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)”**. Cepy Nurmalia Wahyuningtias, 080210391045; 2013 : 57 halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor pemasaran yang satu diantaranya yaitu dengan adanya pemasaran via *online*. Permasalahan dalam penelitian ini yaitu adakah pengaruh yang signifikan dari pemasaran via *online* terhadap keputusan pembelian produk pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan pemasaran via *online* terhadap keputusan pembelian produk (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)

Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember. Sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 40 sampel dengan pertimbangan bahwa jumlah tersebut sudah melebihi jumlah sampel minimal dalam penelitian ( $n = 30$ ). Variabel yang diteliti adalah pemasaran via *online* (X) dan keputusan pembelian (Y). Pengumpulan data menggunakan instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan analisis inferensial.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, diperoleh persamaan regresi  $\hat{Y} = 8,158 + 0,974X + e_i$ , sehingga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pemasaran via *online* terhadap keputusan pembelian produk pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember. Dari hasil uji F atau simultan diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 43,222 dan  $F_{tabel}$  sebesar 3,25 maka ( $43,222 \geq 3,25$ ) yang berarti signifikan dan menerima hipotesis alternatif. Koefisien determinan  $R^2$  sebesar 53,2%, sedangkan sisanya 46,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran via *online* ada pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian produk pada



mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember secara simultan. Terdapat pengaruh variabel lain terhadap keputusan pembelian yang tidak diteliti sebesar 47,3%. Variabel lain yang dimaksud disini yaitu faktor perubahan dalam kebiasaan membeli dan faktor demografi. Faktor perubahan dalam kebiasaan membeli dimaksudkan yaitu pada umumnya wanita mempunyai kebiasaan yang kuat untuk membeli barang-barang konsumsi kebutuhan rumah tangga. Dengan adanya kenaikan jumlah wanita yang bekerja akan meningkatkan pula kekuatan ekonomi mereka, sehingga akan merubah perilaku kebiasaan membeli, tidak hanya terbatas kepada kebutuhan primer rumah tangga tetapi juga kebutuhan sekunder seperti perhiasan dan lain-lain. Sedangkan untuk faktor demografi yaitu konsumen memiliki keputusan untuk membeli baju pada toko tersebut juga dipengaruhi oleh faktor jenis kelamin, umur serta tempat tinggal.

Kata kunci: Pemasaran Via *Online*, Keputusan Pembelian.

## PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berjudul “Pengaruh Pemasaran Via *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)”. Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Drs. Sumarjono, M.Si, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Drs. Bambang Suyadi, M.Si, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Dr. Sukidin, M.Pd selaku Dosen Pembimbing I dan Dra. Retna Ngesti S, M.P selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penyusunan skripsi serta Dra. Sri Wahyuni, M.Si selaku dosen pembahas dan Drs. Bambang Suyadi, M.Si, selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan pada skripsi ini;
5. Semua dosen-dosen FKIP Program Studi Pendidikan Ekonomi yang selama ini telah banyak membimbing serta memberikan ilmu kepada saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini;
6. Kedua orang tua tercinta, Ibunda *Nurul Fadilah* dan Ayahanda *Marsim* atas segala ketulusan cinta, kasih sayang, arahan, dukungan, pengorbanan, dan doa yang tiada henti

7. Al Jhiant Azzmi Arfinsyah yang telah menemani, menghibur dan memberikan semangat serta kesetiannya selama ini. *You are special the one*
8. Sahabat- sahabat terbaikku (cita cemong, andro, ryan anubis, anim, bisri, hudha, eci, litya, mita, ila, emi) yang bersedia menjadi tempat bercurah hati dan terima kasih atas kebersamaannya selama ini.
9. Teman-teman kos Kalimantan X nomor 7 terimakasih atas dorongan semangatnya serta terima kasih atas kebersamaannya selama ini.
10. Semua teman-teman Pendidikan Ekonomi terutama angkatan 2008 yang senasib dan seperjuangan;
11. Seluruh teman-teman KK-PPL yang pernah hadir dalam perjalanan studiku di Universitas Jember ini,
12. Semua pihak yang membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, 9 Januari 2013  
Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	vi
<b>RINGKASAN</b> .....	vii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xviii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	6
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	6
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	7
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
<b>2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu</b> .....	8
<b>2.2 Teori Dasar Tentang Pemasaran</b> .....	8
2.2.1 Pengertian Pemasaran .....	9
2.2.2 Konsep Pemasaran .....	10
2.2.3 Faktor Dalam Konsep Pemasaran .....	11
<b>2.3 Teori Dasar Tentang Pemasaran Via <i>Online</i></b> .....	11
2.4.1 Pengertian Pemasaran Via <i>Online</i> .....	11
2.4.2 Kelebihan dan Kekurangan Pemasaran Via <i>online</i> ....	16

2.4	<b>Perbandingan Media Perdagangan Tradisional dan Perdagangan Elektronik.....</b>	15 18
2.5	<b>Teori Dasar tentang Perilaku Konsumen.....</b>	20
	2.5.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	20
	2.5.2 Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.	20
2.6	<b>Demografi Konsumen, Kesetiaan (Loyalitas), dan Penerimaan.....</b>	20 21
	2.6.1 Menguji Demografi.....	21
	2.6.2 Membangun dan Memelihara Loyalitas.....	22
	2.6.3 Penerimaan.....	22
2.7	<b>Teori Dasar tentang Keputusan Pembelian Konsumen.....</b>	
	2.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen .....	23
2.8	<b>Kerangka Pemikiran Penelitian.....</b>	28
2.9	<b>Hipotesis Penelitian.....</b>	29
<b>BAB 3.</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	30
3.1	<b>Rancangan penelitian .....</b>	30
3.2	<b>Penentuan Lokasi Penelitian .....</b>	30
3.3	<b>Populasi dan Sampel Penelitian .....</b>	31
	3.3.1 Populasi Penelitian.....	31
	3.3.2 Sampel Penelitian.....	31
3.4	<b>Definisi Operasional Variabel .....</b>	31
	3.4.1 Pemasaran Via <i>Online</i> .....	31
	3.4.2 Keputusan Konsumen .....	31
3.5	<b>Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data.....</b>	32
	3.5.1 Sumber Data .....	32
	3.5.2 Metode Pengumpulan Data .....	32
3.6	<b>Metode Pengolahan Data.....</b>	33

3.6.1 Editing .....	33
3.6.2 Skoring .....	34
3.6.3 Tabulasi .....	34
<b>3.7 Metode Analisis Data.....</b>	<b>35</b>
3.7.1 Uji Validitas .....	35
3.7.2 Uji Realibilitas .....	35
3.7.3 Analisis Deskriptif .....	36
3.7.4 Analisis Inferensial .....	36
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
<b>4.1 Data Pendukung.....</b>	<b>40</b>
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	40
4.1.2 Data Utama.....	40
<b>4.2 Analisis Deskriptif.....</b>	<b>41</b>
<b>4.3 Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian.....</b>	<b>45</b>
4.3.1 Uji Validitas .....	45
4.3.2 Uji Realibilitas .....	46
<b>4.4 Analisis Data .....</b>	<b>47</b>
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	47
4.4.2 Analisis Garis Regresi .....	48
4.4.3 Uji F .....	49
<b>4.5 Pembahasan .....</b>	<b>50</b>
<b>BAB 5. PENUTUP.....</b>	<b>55</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>56</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>57</b>
<b>Daftar Bacaan.....</b>	<b>58</b>

**Lampiran-lampiran..... 60**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Perbandingan Media Perdagangan Tradisional Dan Perdagangan Elektronik.....	18
4.4 Hasil uji validitas .....	45
4.5 Hubungan Jumlah Butir Pertanyaan Dengan Reabilitas Instrumen.....	46
4.6 Hasil uji reliabilitas.....	47
4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
4.8 Hasil Analisis Garis Regresi .....	48
4.9 Hasil analisis uji F.....	50



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Diagram internet user .....	2
1.2 Diagram penjualan <i>online</i> .....	3
2.2 Kerangka Berfikir .....	28
4.1 Diagram persentase indikator efektif dan efisien.....	41
4.2 Diagram persentase indikator aman (secara fisik).....	43
4.3 Diagram persentase indikator fleksibel.....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
<b>A. Matriks Penelitian.....</b>	60
<b>B. Tuntunan Penelitian .....</b>	61
<b>C. Angket Penelitian.....</b>	63
<b>D. Pedoman Wawancara.....</b>	70
<b>E. Data Angket .....</b>	71
<b>F. Tabel SPSS.....</b>	73
<b>G. Tabel r Product Moment.....</b>	81
<b>H. Tabel Nilai F.....</b>	82
<b>I. Tabel Nilai t.....</b>	85
<b>J. Transkrip Wawancara.....</b>	88
<b>K. Daftar nama mahasiswa.....</b>	93
<b>L. Foto Kegiatan.....</b>	95
<b>M. Daftar Riwayat Hidup .....</b>	98