

**PENGARUH IKLAN DAN PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *MARKET PLACE*  
*SHOPEE* (STUDI KASUS MAHASISWA FEB UTND)**

**SKRIPSI**

Oleh

**SURI JUWITA**  
**1929081052/MNJ**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHEN  
MEDAN  
2023**

**PENGARUH IKLAN DAN PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *MARKET PLACE*  
*SHOPEE* (STUDI KASUS MAHASISWA FEB UTND)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Program Studi Manajemen Universitas  
Tjut Nyak Dhien Medan**

**Oleh**

**SURI JUWITA  
1929081052/MNJ**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIE  
MEDAN  
2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**Judul Skripsi** : **PENGARUH IKLAN DAN PRILAKU  
KONSUMTIF TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MELALUI MARKET  
PLACE SHOPEE (STUDI KASUS  
MAHASISWA FEB UTND)**

**Nama Mahasiswa** : **SURI JUWITA**  
**Nomor Pokok Mahasiswa** : **1929081052**  
**Program Studi** : **MANAJEMEN**

**Mengetahui  
Komisi Pembimbing**

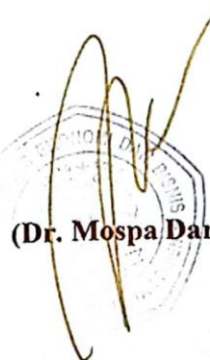
  
**Khamo Waruwu, S.E., M.M.**  
**Dosen Pembimbing I**

  
**Uswatun Hasanah, S.Pd., M.Si.**  
**Dosen Pembimbing II**

**Ketua Program Studi**

  
**(Mella Yunita, S.E., M.Si.)**

**Dekan**

  
**(Dr. Mospa Darma, S.E., S.H., M.Kn.)**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN MEDAN**

**BERITA ACARA UJIAN**

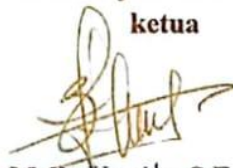
**UNTUK MEMPERTAHANKAN SKRIPSI BAGI MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TJUT NYAK  
DHIEN**

**Panitia Ujian Skripsi Mahasiswa  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien  
Dalam Sidangnya Yang Diselenggarakan Pada:**

**Hari/Tanggal** : Selasa / 1 Agustus 2023  
**Nama Mahasiswa** : Suri Juwita  
**Nomor Pokok Mahasiswa** : 1929081052  
**Program Studi** : Manajemen  
**Judul Skripsi** : PENGARUH IKLAN DAN PRILAKU  
KONSUMTIF TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MELALUI MARKET  
PLACE SHOPEE (STUDI KASUS  
MAHASISWA FEB UTND)  
**Ditetapkan** : ( B+ ) Lulus Yudisium  
( ) Lulus Bersyarat, Memperbaiki Mengulang  
Tanggal :  
( ) Tidak Lulus

**Panitia Ujian/Tim Penguji**

**ketua**



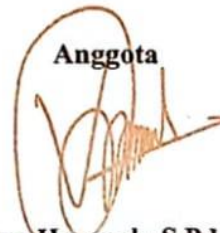
**Mella Yunita, S.E., M.Si.**

**Anggota**



**(Khamo Warawu, S.E., M.M.)**

**Anggota**



**(Uswatun Hasanah, S.Pd., M.Si.)**

## PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Suri Juwita  
NPM : 1929081052  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul, **PENGARUH IKLAN DAN PRILAKU KONSUMTIF TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MARKET PLACE SHOPEE (STUDI KASUS MAHASISWA FEB UTND)** adalah skripsi karya ilmiah saya sendiri dan bukan merupakan skripsi plagiat atau milik orang lain, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya dengan benar dan jelas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, apabila dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan dan peraturan perundangan yang berlaku.

Medan, 1 Agustus 2023

Yang Menyatakan,



**Suri Juwita**  
**NPM. 1929081052**

## ABSTRAK

**Suri Juwita. 1929081052. Pengaruh Iklan dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Market Place Shopee* (Studi Mahasiswa FEB UTND). Universitas Tjut Nyak Dhien. Skripsi. 2023.**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh iklan dan perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian melalui market place shopee. populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen dan Ekonomi Pembangunan semester 7.

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 63 orang pembeli toko underprice skincare diambil secara acak dengan menggunakan teknik random sampling. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Instrument pengambilan data menggunakan, angket dan pengamatan langsung kelapangan yang kemudian dianalisis menggunakan metode analisis regresi linear berganda  $Y=3,332 + 0,547 X1 + 0,504 X2 + e$ , yang artinya iklan dan perilaku konsumtif berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Selanjutnya dilakukan pengujian dengan uji hipotesis hasil uji f menunjukkan  $F_{hitung} 55,429 > 3,15$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel X berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Uji t menunjukkan  $4,447 > 1,67$  dan  $4,164 > 1,66$  yang artinya iklan dan perilaku konsumtif berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. R square menunjukkan koefisien determinasi adalah sebesar 0,649, artinya iklan dan perilaku konsumtif berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 64,9%, sedangkan sisanya sebesar 35,1 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

***Kata Kunci:*** Iklan, Perilaku Konsumtif dan Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

**Suri Juwita. 1929081052. Pengaruh Iklan dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Market Place Shopee* (Studi Mahasiswa FEB UTND). Universitas Tjut Nyak Dhien. Skripsi. 2023.**

*The aim of this research is to determine the influence of advertising and consumer behavior on purchasing decisions through the Shopee market place. The population in this study were all students of the Faculty of Economics and Business, Department of Management and Development Economics, semester 7.*

*The sample in this study was 63 buyers of underprice skincare stores taken randomly using random sampling techniques. This type of research is quantitative research. Data collection instruments used questionnaires and direct field observations which were then analyzed using the multiple linear regression analysis method  $Y=3.332 + 0.547 X1 + 0.504$*

*Next, testing was carried out using hypothesis testing, the results of the f test showed  $F_{count} 55.429 > 3.15$ , so it can be concluded that all X variables simultaneously influence purchasing decisions. The t test shows  $4.447 > 1.67$  and  $4.164 > 1.66$ , which means that advertising and consumer behavior have a significant influence on purchasing decisions. R square shows that the coefficient of determination is 0.649, meaning that advertising and consumer behavior influence purchasing decisions by 64.9%, while the remaining 35.1 is influenced by other variables not examined in this research.*

**Keywords:** *Advertising, Consumptive Behavior and Purchasing Decisions*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas Rahmat dan Karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **Pengaruh Iklan Dan Prilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Pembeli Melalui *Market Place Shopee* (Studi Kasus Mahasiswa FEB UTND).**

Skripsi ini diajukan guna melengkapi sebagian syarat-syarat untuk menyelesaikan pendidikan sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tjut Nyak Dhien Medan.

1. Bapak Dr. Irwan Agusnu Putra, S.P., M.P, selaku Rektor Universitas Tjut Nyak Dhien Medan
2. Bapak Dr. Mospa Darma, S.H., S.E., M.kn, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tjut Nyak Dhien Medan.
3. Ibu Mella Yunita, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tjut Nyak Dhien Medan.
4. Bapak Khamo Waruwu, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing 1 (satu) yang telah meluangkan waktu serta dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Uswatun Hasanah, S.Pd., M.Si, selaku dosen pembimbing 2 (dua) yang telah meluangkan waktu serta dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Mella Yunita, S.E., M.Si, selaku dosen penguji
7. Teristimewa kepada Ayahanda dan Ibunda, yang tak pernah berhenti memberikan doa dan dukungan hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.



Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi dunia pendidikan khususnya masyarakat secara umum. Amin

Medan, Agustus 2023  
Penulis

SURI JUWITA  
1929081052

## DAFTAR ISI

|                                            |           |
|--------------------------------------------|-----------|
| <b>ABSTRAK .....</b>                       | <b>i</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                 | <b>ii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                     | <b>iv</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                  | <b>v</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                  | <b>vi</b> |
| <br>                                       |           |
| <b>BAB I : PENDAHULUAN .....</b>           | <b>1</b>  |
| a. Latar Belakang Masalah Penelitian ..... | 1         |
| b. Identifikasi Masalah Penelitian.....    | 5         |
| c. Batasan Masalah Penelitian .....        | 5         |
| d. Rumusan Masalah Penelitian .....        | 5         |
| e. Tujuan Penelitian .....                 | 6         |
| f. Manfaat Penelitian .....                | 6         |
| <br>                                       |           |
| <b>BAB II : LANDASAN TEORITIS .....</b>    | <b>8</b>  |
| A. Keputusan Pembelian.....                | 8         |
| B. Iklan.....                              | 13        |
| C. Prilaku Konsumtif .....                 | 16        |
| D. Penelitian Terdahulu .....              | 20        |
| E. Kerangka Konseptual .....               | 21        |
| F. Hipotesis.....                          | 22        |
| <br>                                       |           |
| <b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>    | <b>23</b> |
| A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....        | 23        |
| B. Populasi dan Sampel.....                | 23        |
| C. Devinisi Operasional Variabel.....      | 24        |
| D. Teknik Pengumpulan Data .....           | 25        |
| E. Teknik Analisis Data .....              | 26        |
| <br>                                       |           |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>         |           |
| A. Gambaran Umum Tempat Penelitian .....   | 32        |
| B. Hasil Penelitian.....                   | 34        |
| C. Instrumen Penelitian .....              | 40        |
| 1. Uji Validitas .....                     | 40        |
| 2. Uji Reliabilitas .....                  | 42        |
| 3. Uji Asumsi Klasik.....                  | 43        |
| 4. Analisis Regresi Linear Berganda.....   | 45        |
| 5. Uji Hipotesis.....                      | 46        |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian.....        | 50        |
| <br>                                       |           |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>          |           |
| a. Kesimpulan .....                        | 53        |
| b. Saran .....                             | 54        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                | <b>55</b> |

## DAFTAR TABEL

| <b>No</b> | <b>Judul</b>                                                   | <b>halaman</b> |
|-----------|----------------------------------------------------------------|----------------|
| 1         | Jumlah Pengunjung .....                                        | 1              |
| 2         | Review Penelitian Terdahulu .....                              | 21             |
| 3         | Definisi Operasional Variabel Hipotesis.....                   | 25             |
| 4         | Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....            | 35             |
| 5         | Karakteristik Responden Menurut Usia .....                     | 35             |
| 6         | Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan.....        | 35             |
| 7         | Variabel Iklan ( $X_1$ ).....                                  | 36             |
| 8         | Variabel Prilaku Konsumtif ( $X_2$ ) .....                     | 37             |
| 9         | Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....                         | 39             |
| 10        | Hasil Uji Validitas Variabel Iklan ( $X_1$ ).....              | 41             |
| 12        | Hasil Uji Validitas Variabel Prilaku Konsumtif ( $X_2$ ) ..... | 41             |
| 13        | Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....     | 42             |
| 14        | Hasil Reliabilitas Instrumen Variabel .....                    | 42             |
| 15        | Hasil Uji Normalitas .....                                     | 43             |
| 16        | Hasil Uji Multikolinieritas .....                              | 44             |
| 17        | Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....                   | 45             |
| 18        | Hasil Uji T (Parsial) .....                                    | 47             |
| 19        | Hasil Uji F (Simultan).....                                    | 48             |
| 20        | Hasil Uji R .....                                              | 49             |

## GAMBAR GAMBAR

| No | Judul                                 | Halaman |
|----|---------------------------------------|---------|
| 1  | Kerangka Konseptual .....             | 23      |
| 2  | Logo <i>Market Place Shopee</i> ..... | 34      |
| 3  | Hasil Uji Heteroskedastisitas .....   | 45      |