

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN MENGENAI KEMUDAHAN,  
KERAGAMAN PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SECARA *ONLINE* DI KECAMATAN CIEMAS SUKABUMI**

**(Studi Kasus Pada Pengguna *Online Shop* saat Pandemi Covid-19)**

Skripsi diajukan untuk melengkapi  
Persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

Rani Santika

NPM: 41183402180115



Program S-1

Jurusan Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM "45"**

**FAKULTAS EKONOMI**

**BEKASI**

**2023**

# TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN MENGENAI KEMUDAHAN,  
KERAGAMAN PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SECARA *ONLINE* DI KECAMATAN CIEMAS SUKABUMI  
(Studi Kasus pada Pengguna *Online Shop* saat Pandemi Covid-19)**

Tanggal: 02 Februari 2023

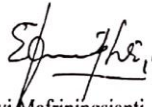
Oleh

Rani Santika

NPM: 41183402180115

Disetujui,

Pembimbing



Evi Mafriningsianti, S.E, M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

  
Isti Pujihastuti, S.E., M.E.

Ketua Jurusan Manajemen

  
Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

# TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN MENGENAI KEMUDAHAN,  
KERAGAMAN PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SECARA *ONLINE* DI KECAMATAN CIEMAS SUKABUMI  
(Studi Kasus pada Pengguna *Online Shop* saat Pandemi Covid-19)**

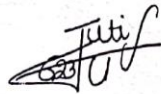
Tanggal: 09 Februari 2023

Oleh

Rani Santika

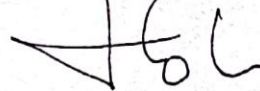
NPM: 41183402180115

Penguji I



Tuti Sulastri, Dra., M.M.

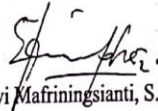
Penguji II



Joko Pramono, Ir., M.Si.

Mengetahui,

Pembimbing



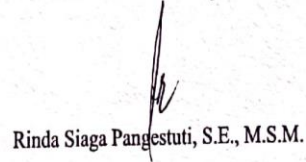
Evi Mafriningsianti, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi



Isti-Pujihastuti, S.E., M.E.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

### PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rani Santika  
NPM : 41183402180115  
Program Studi : Manajemen/S1  
Fakultas : Ekonomi  
Email : [ranisantika024@gmail.com](mailto:ranisantika024@gmail.com)

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian yang saya berjudul **“Pengaruh Persepsi Konsumen mengenai Kemudahan, Keragaman Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Kecamatan Ciemas Sukabumi (Studi Kasus pada Pengguna Online Shop Saat Pandemi Covid-19)”**. Bebas dari plagiarisme. Rujukan penulisan sudah sesuai dengan teknik penulisan karya ilmiah yang berlaku umum.

Apabila di kemudian hari dapat dibuktikan adanya unsur plagiarisme tersebut, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 10 Januari 2023

Yang menyatakan



10000  
MELBRAT  
TEMPEL  
14896AKX277167640  
3011134

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT dan atas rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Kemudahan, Keragaman Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian secara *Online* di Kecamatan Ciemas Sukabumi (Studi Kasus pada pengguna *Online Shop* saat Pandemi Covid-19)”.

Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi dari program studi S-1 Manajemen di Universitas Islam “45” Bekasi. Dalam proses penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dorongan dan bantuan banyak pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, dan saran kepada:

1. Ibu Evi Mafriningsianti, S.E., M.M. selaku pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan serta masukan dalam pembuatan skripsi ini.
2. Ibu Isti Pujihastuti, S.E., M.E. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Ibu Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M. selaku ketua program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
4. Kepada orang tua, adik, nenek, kakek serta saudara yang telah memberikan do’a, dorongan, motivasi, dan bantuan sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada Dian Mulyana yang telah memberikan semangat dan telah membantu banyak dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada sahabat saya pada masa perkuliahan khususnya kepada Sri Mulyati, Sastiani, Husniyah dan Jeni Melinda.
7. Kepada sahabat saya pada masa putih abu-abu (SMA) Siti Nurmaidah yang selalu memberikan *support* dan menghibur saya di saat saya membutuhkan dukungan.

8. Kepada teman-teman masa perkuliahan tahun angkatan 2018 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Dengan keterbatasan ilmu dan pengetahuan penulis miliki, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan dan kelemahan, walaupun demikian penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk mendapatkan hasil yang optimal.

Dengan penyusunan skripsi ini penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan digunakan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Bekasi, 12 Januari 2023

Penulis,



**Rani Sanjika**

**41183402180115**

## ABSTRAK

Rani Santika (41183402180115)

Pengaruh persepsi konsumen mengenai Kemudahan, Keragaman Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian secara *Online* di Kecamatan Ciemas Sukabumi (Studi kasus pada pengguna *online shop* saat Pandemi covid-19).

146 halaman + 7 gambar + 35 tabel + 7 diagram + 13 lampiran

Kata Kunci: Kemudahan, Keragaman Produk, Harga, Keputusan Pembelian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh persepsi konsumen mengenai kemudahan, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian secara online di kecamatan ciemas sukabumi (studi kasus pada pengguna online shop pada saat pandemi covid-19).

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang, teknik pengumpulan data dengan melakukan pra survey, observasi, dan penyebaran kuesioner.

Berdasarkan jawaban responden dan hasil pengolahan data diperoleh dari persamaan regresi linear berganda yaitu  $Y = 0,476 + 0,393X_1 + 0,356X_2 + 0,232X_3$  artinya pada setiap variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  memiliki nilai positif terhadap  $Y$  untuk R Square 78,1% kemudahan, keragaman produk, dan harga mempengaruhi keputusan pembelian dan sisanya sebesar 21,9% dipengaruhi faktor lain seperti kualitas produk, kepercayaan, keamanan, dan kualitas pelayanan.

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis anova (uji F), diperoleh F hitung sebesar  $114,426 > F$  tabel 2,70 dengan angka signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara variabel kemudahan, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian secara online. Jika ditinjau secara terpisah dari hasil uji t diperoleh hasil variabel kemudahan ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , variabel keragaman produk ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , dan variabel harga ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi  $0,025 < 0,05$ .

Daftar Pustaka: 46 (2008 – 2022)

## DAFTAR ISI

<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR DIAGRAM.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	14
1.3    Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah .....	15
1.4    Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	15
1.5    Sistematika Penulisan .....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>18</b>
2.1 <i>E-Commerce</i> .....	18
2.1.1    Pengertian <i>E-Commerce</i> .....	18
2.1.2    Pembelian Barang Secara <i>Online</i> .....	20
2.1.3    Pembelian Barang Secara <i>Online</i> .....	20
2.2    Keputusan Pembelian .....	21
2.2.1    Pengertian Keputusan Pembelian .....	21
2.2.2    Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	22
2.2.3    Faktor-faktor Keputusan Pembelian.....	25
2.2.4    Persepsi Konsumen .....	27
2.2.5    Sikap Konsumen.....	30
2.2.6    Indikator Keputusan Pembelian .....	31



2.3	Kemudahan .....	32
2.3.1	Pengertian Kemudahan.....	32
2.3.2	Indikator Kemudahan .....	33
2.4	Keragaman Produk .....	33
2.4.1	Pengertian Keragaman Produk .....	33
2.4.2	Indikator Keragaman Produk .....	35
2.5	Harga.....	35
2.5.1	Pengertian Harga.....	35
2.5.2	Indikator Harga .....	36
2.6	Penelitian Terdahulu .....	37
2.7	Kerangka Pemikiran .....	42
2.8	Hipotesis Penelitian .....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>47</b>
3.1	Desain Penelitian .....	47
3.1.1	Metodologi Penelitian .....	47
3.1.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	47
3.1.4	Jenis dan Sumber Data .....	50
3.1.5	Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.2	Instrumen Penelitian .....	51
3.3	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	52
3.3.1	Keputusan Pembelian (Y).....	52
3.3.2	Kemudahan ( $X_1$ ).....	52
3.3.3	Keragaman Produk ( $X_2$ ) .....	53
3.3.4	Harga ( $X_3$ ) .....	54
3.4	Metode Analisis Data.....	55
3.4.1	Analisis Regresi Berganda .....	55
3.4.2	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	56
3.4.3	Uji Hipotesis.....	56
3.4.4	Uji Asumsi Klasik .....	57
3.4.5	Validitas.....	58
3.4.6	Uji Reliabilitas.....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>59</b>

4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	59
4.1.1	Sejarah Singkat <i>Online Shop</i> .....	59
4.1.2	Perkembangan <i>Online Shop</i> di Indonesia.....	59
4.1.3	Situs Belanja <i>Online</i> di Indonesia .....	60
4.2	Profil Responden.....	63
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	64
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	65
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	66
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan.....	67
4.2.6	Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Transaksi Pembelian .....	68
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian .....	69
4.3.1	Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	69
4.3.2	Variabel Kemudahan ( $X_1$ ) .....	72
4.3.3	Variabel Keragaman Produk ( $X_2$ ).....	75
4.3.4	Variabel Harga ( $X_3$ ).....	78
4.4	Deskripsi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	80
4.4.1	Hasil Uji Validitas .....	80
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	84
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	85
4.5.1	Uji Normalitas .....	85
4.5.2	Uji Multikolinearitas .....	87
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas .....	88
4.6	Hasil Analisis Data .....	89
4.6.1	Analisis Regresi Berganda .....	89
4.6.2	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	90
4.6.3	Uji Hipotesis.....	91
4.7	Pembahasan .....	96
4.7.1	Pengaruh Kemudahan ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	97
4.7.2	Pengaruh Keragaman Produk ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	97
4.7.3	Pengaruh Harga ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	98
4.8	Kelemahan Penelitian .....	99

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN ..... 100**

    5.1    Simpulan ..... 100

    5.2    Saran ..... 101

**DAFTAR PUSTAKA ..... 103**

**LAMPIRAN..... 108**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet Tahun 2019-2020 (Q2)	Error!
<b>Bookmark not defined.</b>	
Gambar 1.2 Pengguna <i>E-commerce</i> di Indonesia (per Juta) Tahun 2017-2024	7
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan	23
Gambar 2.2 Proses Persepsi	29
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	43
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas <i>Probability Plot</i>	86
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	88

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Aplikasi <i>E-Commerce</i> .....	5
Tabel 1.2 Pengguna <i>E-Commerce</i> di Indonesia (per Juta) Tahun 2017-2024 .....	6
Tabel 1. Pra- <i>Survey</i> awal mulai Masyarakat Belanja <i>Online</i> Setelah Terjadi Pandemi Covid-19 3 Hasil di Kecamatan Ciemas Sukabumi .....	8
Tabel 1.4 Faktor-faktor E-commerce .....	9
Tabel 1.5 Hasil Pra- <i>Survey</i> Faktor Keragaman Produk .....	12
Tabel 1.6 Perbandingan Harga di <i>Online Shop</i> dan Pasar Langsung ( <i>Offline</i> ) .....	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	38
Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin per Desa di Kecamatan Ciemas Kabupaten Sukabumi 2019 .....	49
Tabel 3.2 Penilaian Skala <i>Likert</i> .....	51
Tabel 3.3 Indikator Keputusan Pembelian (Y) .....	52
Tabel 3.4 Indikator Kemudahan (X <sub>1</sub> ) .....	53
Tabel 3.5 Indikator Keragaman Produk (X <sub>2</sub> ) .....	54
Tabel 3.6 Indikator Harga (X <sub>3</sub> ) .....	54
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	63
Tabel 4.2 Domisili Responden .....	64
Tabel 4.3 Usia Responden .....	65
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden .....	66
Tabel 4.5 Penghasilan per Bulan Responden .....	67
Tabel 4.6 Frekuensi Transaksi Pembelian per Bulan Tahun (2019-2022) .....	68
Tabel 4.7 Rekapitulasi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	69
Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Variabel Kemudahan (X <sub>1</sub> ) .....	73
Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Variabel Keragaman Produk (X <sub>2</sub> ) .....	75
Tabel 4.10 Rekapitulasi Jawaban Variabel Harga (X <sub>3</sub> ) .....	78
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Instrumen Kemudahan (X <sub>1</sub> ) .....	81
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Instrumen Keragaman Produk (X <sub>2</sub> ) .....	82
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Instrumen Harga (X <sub>3</sub> ) .....	83

Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas instrumen Keputusan Pembelian (Y) .....	84
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas .....	85
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	86
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	87
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	89
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	90
Tabel 4.21 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	91
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	93
Tabel 4.22 Rekapitulasi Statistik .....	94

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1 Hasil Pra- <i>Survey</i> Faktor-faktor yang menarik perhatian Masyarakat Kecamatan Ciemas Sukabumi menggunakan <i>Online Shop</i> .....	10
Diagram 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	64
Diagram 4.2 Domisili Responden .....	65
Diagram 4.3 Usia Responden.....	66
Diagram 4.4 Pekerjaan Responden .....	67
Diagram 4.5 Penghasilan per Bulan Responden .....	68
Diagram 4.6 Frekuensi Transaksi Pembelian.....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	108
Lampiran 2 Pra-Survey Penelitian.....	116
Lampiran 3 Hasil Pra-Survey .....	118
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas (Uji Coba 30 Sampel Responden).....	120
Lampiran 5 Hasil Jawaban Responden 100 Responden .....	131
Lampiran 6 Hasil <i>Output</i> SPSS.....	143
Lampiran 7 Hasil <i>Output</i> Uji Hipotesis .....	145
Lampiran 8 Tabel t.....	151
Lampiran 9 Tabel F (91-135).....	152
Lampiran 10 Proses Penyebaran Kuesioner <i>Offline</i> .....	153
Lampiran 11 Penyebaran Kuesioner <i>Online</i> .....	154
Lampiran 12 Kartu Bimbingan ke-1 .....	155
Lampiran 13 Surat Keputusan Pembimbing .....	157
Lampiran 14 Kartu Seminar Proposal.....	158
Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup.....	160