

ABSTRAK

AMANDA FEBIKA RAMADHAN. NIM 2018116071. Pengaruh Harga, Diskon, dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia Bagi Gen-Y di Era Revolusi Digital 4.0. Dibawah bimbingan Ibu Ani Siska MY, SH, MM, MSM.

Perubahan teknologi dari mekanik dan analog hingga seluruhnya berbasis digital diterapkan guna mengoptimalkan segala aspek kehidupan mulai dari berkomunikasi, bekerja, hingga bertransaksi. Transisi perubahan dan pengembangan teknologi tersebut melahirkan sebuah pergeseran pola perilaku konsumen yang semula berbasis *offline* menjadi *online*, dimana gen-Y (milenial) selaku generasi yang merasakan adanya transisi perubahan tersebut. Gen-Y dikenal sebagai generasi yang memiliki perilaku gemar berbelanja *online* demi memenuhi gaya hidup hedonisme dan mereka cenderung lebih konsumtif jika dibandingkan dengan generasi lainnya. Permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini adalah bagaimana pengaruh harga, diskon, dan ulasan produk terhadap keputusan di Tokopedia bagi gen-Y di era revolusi digital 4.0. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden. Metode pengolahan data menggunakan SPSS versi 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan diskon secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan ulasan produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t dimana Sig (0,980) > Sig (0,05) dan t hitung (-0,025) < t tabel (1,988), maka H₀ diterima dan H_a ditolak. Namun, secara simultan harga, diskon, dan ulasan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada hasil uji F menunjukkan Sig (0,000) < Sig (0,05) dan F hitung (111,074) > F tabel (2,70). Adapun persamaan regresinya adalah $Y=1,721 + 0,411X_1 + 0,617X_2 - 0,001X_3$. Koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah sebesar 0,769 yang berarti variabel keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat dapat dijelaskan oleh ketiga variabel bebas, yakni harga (X₁), diskon (X₂), dan ulasan produk (X₃) sebesar 76,9%, sedangkan sisanya sebesar 23,1% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil tersebut, penelitian menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh yang signifikan antara ketiga variabel bebas terhadap variabel terikat. Selanjutnya agar dapat meningkatkan keputusan pembelian, Tokopedia dapat melakukan penawaran harga yang sesuai, menambah program diskon, dan meninjau kembali fitur ulasan produk untuk menarik atensi konsumen dalam mengulas produk.

Kata kunci: Diskon, Harga, Keputusan Pembelian, Pemasaran, Ulasan Produk.

ABSTRACT

AMANDA FEBIKA RAMADHAN. NIM 2018116071. The Effect of Price, Discount and Products Review on Purchasing Decision at Tokopedia for Generation-Y in Digital Revolution 4.0. Under the guidance of Mrs. Ani Siska MY, SH, MM, MSM.

Technological changes from mechanical and analog to all digital-based are applied to optimize all aspects of life from communicating, working, to transaction. The transition of change and development of technology gave birth to a shift in consumer behavior patterns that were originally based offline to online, where gen-Y (millennial) as a generation that feels the transition of change. Gen-Y is known as the generation that has the behavior of shopping online to meet the lifestyle of hedonism and they tend to be more consumptive when compared to other generations. The issues discussed in this thesis are how the effect of prices, discounts, and product reviews on decisions on Tokopedia for gen-Y in the era of digital revolution 4.0. The research methodology used is quantitative research using questionnaire methods. Sampling technique uses purposive sampling with a total of 100 respondents. Data processing method uses SPSS version 25.0. The results showed that prices and discounts had a significant effect on purchasing decisions, while partial product reviews had no significant effect on purchasing decisions. This is shown from the results of the t test where $\text{Sig} (0.980) > \text{Sig} (0.05)$ and $t \text{ count} (-0.025) < t \text{ table} (1,988)$, then H_0 is accepted and H_a is rejected. However, simultaneously prices, discounts, and product reviews have a significant effect on the purchase decision. Meanwhile the results of the F test is $\text{Sig} (0,000) < \text{Sig} (0.05)$ and $F \text{ count} (111,074) > F \text{ table} (2.70)$. The regression equation is $Y = 1.721 + 0.411X_1 + 0.617X_2 - 0.001X_3$. The coefficient of determination in this study is 0.769 which means the purchase decision variable (Y) as a bound variable can be explained by the three free variables, namely price (X1), discount (X2), and product review (X3) of 76.9%, the remaining 23.1% was explained by other variables not in the study. Based on these results showed that there was a significant influence between the three free variables on the bound variables. Furthermore, in order to improve purchase decisions, Tokopedia can make appropriate price offers, add discount programs, and review product review features to attract consumer attention in reviewing products.

Keywords: Discount, Marketing, Price, Product Review and Purchasing Decision.