

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	x
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Kerangka Teori.....	7
1.5.1 Teori Kemungkinan Elaborasi (<i>Elaboration Likelihood Theory</i>).....	7
1.5.2 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	10
1.5.3 Kualitas Informasi Produk	12
1.5.4 Efek Penerimaan Pesan	14
1.5.5 Keputusan Pembelian.....	15
BAB II.....	19
TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Promosi	19
2.2 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	23
2.2.1 Diskon	25
2.3 Kualitas Informasi Produk	27
2.4 Keputusan Pembelian.....	29

2.5 Penelitian Terdahulu	33
BAB III	37
METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.3 Objek dan Subjek Penelitian	38
3.4 Populasi dan Sampel	39
3.4.1 Populasi	39
3.4.2 Sampel.....	40
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.6 Sumber Data.....	42
3.6.1 Data Primer	42
3.6.2 Data Sekunder	42
3.7 Instrumen Penelitian.....	43
3.8 Variabel Penelitian	43
3.8.1 Definisi Konseptual.....	45
3.8.2 Definisi Operasional.....	46
3.9 Teknik Pengumpulan Data	49
3.10 Validitas dan Reliabilitas Data.....	50
3.10.1 Uji Validitas	50
3.10.2 Uji Reliabilitas Data.....	52
3.11 Teknik Analisis Data.....	53
3.11.1 Analisis Korelasi Product Moment	53
3.11.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
3.12 Pengujian Hipotesis.....	55
3.12.1 Uji t	55
3.12.2 Uji F	56
BAB IV	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	58
4.2 Deskripsi Responden.....	60
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60

4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	61
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian	62
4.3.1 Promosi Penjualan melalui Diskon (X1)	62
4.3.2 Kualitas Informasi Produk (X2).....	69
4.3.3 Keputusan Pembelian (Y)	78
4.4 Uji Hipotesis	91
4.4.1 Analisis Korelasi Product Moment	91
4.4.2 Regresi Linear Berganda.....	94
4.5 Pembahasan.....	100
BAB V.....	105
PENUTUP.....	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Prediksi Angka Pengguna E-Commerce Indonesia 2024	2
Gambar 1. 2 Nilai Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan Indonesia 2022.....	4
Gambar 1. 3 The Elaboration Likelihood Model	9
Gambar 3. 1 Bagan Variabel Penelitian.....	26

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	43
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	47
Tabel 3. 3 Validitas Variabel X1	50
Tabel 3. 4 Validitas Variabel X2.....	51
Tabel 3. 5 Validitas Variabel Y	51
Tabel 3. 6 Reliabilitas Variabel.....	53
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	60

Tabel 4. 2 Usia Responden.....	61
Tabel 4. 3 Deskripsi Frekuensi Variabel.....	63
Tabel 4. 4 Deskripsi Frekuensi Indikator.....	64
Tabel 4. 5 Deskripsi Frekuensi Indikator.....	66
Tabel 4. 6 Deskripsi Frekuensi Indikator.....	68
Tabel 4. 7 Deskripsi Frekuensi Variabel.....	70
Tabel 4. 8 Deskripsi Frekuensi Indikator.....	72
Tabel 4. 9 Deskripsi Frekuensi Indikator.....	73
Tabel 4. 10 Deskripsi Frekuensi Indikator.....	75
Tabel 4. 11 Deskripsi Frekuensi Indikator.....	77
Tabel 4. 12 Deskripsi Frekuensi Variabel.....	79
Tabel 4. 13 Deskripsi Frekuensi Indikator.....	81
Tabel 4. 14 Deskripsi Frekuensi Indikator.....	83
Tabel 4. 15 Deskripsi Frekuensi Indikator.....	85
Tabel 4. 16 Deskripsi Frekuensi Indikator.....	87
Tabel 4. 17 Deskripsi Frekuensi Indikator.....	88
Tabel 4. 18 Deskripsi Frekuensi Indikator.....	90
Tabel 4. 19 Hasil Analisis Korelasi Product Moment	91
Tabel 4. 20 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisiensi Korelasi	93
Tabel 4. 21 Nilai Koefisiensi Regresi Berganda.....	94
Tabel 4. 22 Nilai Koefisien Determinasi (R ²)	95
Tabel 4. 23 Hasil Uji t Regresi Linear Berganda.....	96
Tabel 4. 24 Hasil Uji F Regresi Linear Berganda.....	99

ABSTRAK

Shopee Food merupakan salah satu layanan pesan antar makanan secara daring baru yang sedang diminati di Indonesia. Berkurangnya intensitas promosi dan besarnya diskon, dan ketidaklengkapan informasi produk ditakutkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh promosi penjualan melalui diskon dan kualitas informasi produk terhadap keputusan pembelian Shopee Food. Penelitian ini menggunakan Teori Kemungkinan Elaborasi, konsep yang digunakan promosi penjualan, kualitas informasi produk dan keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner serta analisis dengan SPSS. Pada penelitian ini peneliti menggunakan 3 variabel yaitu variabel promosi penjualan melalui diskon sebagai variabel x_1 , kualitas informasi produk sebagai variabel x_2 , dan keputusan pembelian sebagai variabel y . Hasil penelitian terlihat dari analisis korelasi product moment dengan hasil koefisiensi korelasi variabel x_1 terhadap y sebesar 0,561 yang berarti terdapat hubungan yang sedang. Hasil koefisiensi korelasi variabel x_2 terhadap y sebesar 0,619 yang berarti terdapat hubungan yang kuat. Kemudian pengaruh variabel x_1 terhadap y sebesar 28,8%, pengaruh variabel x_2 terhadap y sebesar 20,5% dan pengaruh simultan 49,4%. Hasil uji T dan uji F dalam analisis regresi linear berganda menjawab hipotesis penelitian yaitu H_{a1} , H_{a2} , H_{a3} diterima dan H_{o1} , H_{o2} , H_{o3} ditolak. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Teori Kemungkinan Elaborasi teruji pada populasi konsumen Shopee Food di Yogyakarta.

Kata Kunci: Promosi, Diskon, Kualitas informasi produk, Keputusan pembelian, Shopee Food.