

**ANALISA PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN IKLAN WEB
BANNER TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG LAPTOP GAMING:
STUDI KASUS DI BLIBLI.COM**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Jeffry Rizki Muhammad

2171001004

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA**


2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Jeffry Rizki Muhammad

NIM : 2171001004

Tanda Tangan : 

Tanggal : 13 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Jeffry Rizki Muhammad

NIM : 2171001004

Program Studi : Magister Manajemen

Judul : Analisa Pengaruh Promosi Penjualan dan Iklan Web Banner Terhadap Minat Pembelian Ulang Laptop Gaming: Studi Kasus di Blibli.com

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen - Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing:

Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D.



(.....)

Penguji 1:

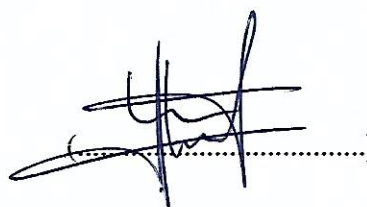
Dr. Siti Rohajawati, S.Kom., M.Kom.



(.....)

Penguji 2:

Arief B. Suharko, BSEE, MSEE, PhD



(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 19 Agustus 2019

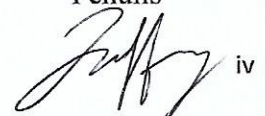
UNGKAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah serta puji syukur kepada Allah SWT atas selesainya penelitian ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam upaya memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Magister Manajemen di Universitas Bakrie. Tanpa adanya bantuan dan doa dari berbagai pihak, mungkin penelitian ini tidak akan bisa terselesaikan. Oleh karena itu, dalam kesempatan kali ini saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1) Allah SWT. Karena tanpa kehendaknya, bukan saja saya tidak dapat menyelesaikan penelitian ini. Bahkan saya tidak akan bisa memulai Pendidikan S2 tanpa bantuannya
- 2) Bapak Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tesis ini. Mohon maaf apabila dalam pelaksanaannya terdapat banyak sekali kekurangan dari saya.
- 3) Ibu Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST., M.M., Ibu Dr. Siti Rohajawati, S.Kom., M.Kom., serta Bapak Arief B. Suharko, BSEE, MSEE, PhD. Selaku penguji dan pembahas yang telah berkontribusi dalam penelitian ini.
- 4) Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan berbagai macam bentuk dukungan kepada saya.
- 5) Teman spesial saya Frisca Widianti yang senantiasa selalu memberikan dukungan di berbagai kondisi serta selalu memberikan motivasi.
- 6) Para sahabat serta teman seperjuangan MM Universitas Bakrie yang selalu berinisiatif untuk saling membantu.

Akhir kata, sekali lagi terima kasih banyak untuk berbagai pihak serta kerabat penulis yang tidak bisa saya sampaikan semuanya satu per satu. Semoga bantuan serta dukungan kalian akan diberikan balasan oleh Tuhan Yang Maha Kuasa.

Jakarta, 13 Agustus 2019

Penulis
 iv

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jeffry Rizki Muhammad
NIM : 2171001004
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**ANALISA PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN IKLAN WEB BANNER
TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG LAPTOP GAMING: STUDI KASUS DI
BLIBLI.COM**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal: 13 Agustus 2019

Yang menyatakan



(Jeffry Rizki Muhammad)

ANALISA PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN IKLAN WEB BANNER TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG LAPTOP GAMING: STUDI KASUS DI BLIBLI.COM

Jeffry Rizki Muhammad 2171001004

Abstrak

Dewasa ini, bermain video game adalah jenis kegiatan yang dilakukan oleh siapa saja dari berbagai kalangan serta umur. Dengan bantuan internet, permainan video game pun dapat dimainkan secara Bersama-sama secara jarak jauh ataupun dekat, atau yang lebih dikenal dengan nama *e-sport* (*electronic sport*). Berkembangnya dunia *e-sport* tanah air berbanding lurus dengan perkembangan penjualan produk laptop gaming. Sebagai salah satu *e-commerce* yang mengembangkan divisi gamingnya, Blibli.com berupaya untuk menjaga serta memperluas pasar dalam dunia yang sedang berkembang tersebut. Penelitian pun dilakukan dengan menggunakan *non-probability sampling* dengan *purposive* untuk *sample* responden yang sudah pernah melihat promosi penjualan serta iklan web banner Blibli. Kuesioner disebar dengan menggunakan *mail blast* kepada responden yang merupakan *customer* Blibli yang sudah pernah membeli laptop gaming sebelumnya setidaknya satu setengah tahun terakhir untuk kemudian dipilih sebanyak 100 data responden sebagai sampel. Kuesioner dilakukan menggunakan skala likert dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji hipotesis, serta korelasi antar dimensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *premium* adalah dimensi dari promosi penjualan yang paling cocok untuk produk laptop gaming. Sedangkan dalam variabel iklan, dimensi *action* adalah dimensi yang paling berpengaruh terhadap minat pembelian ulang. Selain itu, promosi penjualan serta iklan web banner memiliki pengaruh positif terhadap minat pembelian ulang baik secara parsial (terpisah) maupun secara simultan (Bersama-sama). Keduanya memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 41,2%. Sisanya sebesar 58,8% merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *promosi penjualan, iklan, minat beli ulang*

The Impact of Sales Promotion and Web Banner Advertising Towards Repurchase Intention on Gaming Laptop: Case Study BLIBLI.COM

Jeffry Rizki Muhammad 2171001004

Abstract

Playing video games is an activity which can be done by anyone from different ages these days. With the help and the existence of internet, people can play video games together with anyone and anywhere competitively or known as e-sport (electronic sport). The rise on e-sport in Indonesia has significantly affect the sales of IT product in gaming, especially gaming laptop which is the biggest revenue contribution. As online shopping mall e-commerce, Blibli.com wants to develop its gaming division with expanding its marketshare in Indonesia. Therefore, a research has been done with purposive non-probability sampling with specific respondent criteria who has seen Blibli's sales promotional and its banner advertisement on gaming laptop. A questionnaire has been blasted by bcc mail to existing Blibli's customer who has bought a gaming laptop for a maximum of one and a half year past yet 100 data will be chosen as sample's research. The questionnaire were done in likert scale and being analyzed using statistic descriptive, hypothesis test, and inter-dimensional correlation. The research shows that premium is the best sales promotional tools and dimension to use on gaming laptop product. As for the advertisement, action is the most significance in affecting consumer's buying behavior to repurchase. Other than that, research also shows us that sales promotion and web banner advertisement has positive effect toward consumer's repurchase intention either partially and simultaneously with the coefficient determination value of 41,2%. Other 58,8% are other variables which aren't in this research.

Keywords: *sales promotion, advertising, repurchase intention*

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Orisinalitas.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Ungkapan Terima Kasih	v
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi.....	vi
Abstrak.....	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran.....	xv
 BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
 BAB 2 KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 Minat Beli Ulang	7
2.1.2 Promosi Penjualan (<i>sales promotion</i>)	10
2.1.3 Iklan (Advertising).....	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	17
 BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	19
3.2 Sumber Data	19
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	19

3.4 Populasi Sampel dan Teknik Sampling	20
3.4.1 Populasi.....	20
3.4.2 Sampel	21
3.4.3 Teknik Sampling.....	22
3.5 Operasional Variabel	22
3.6 Skala Pengukuran Data.....	23
3.7 Uji Instrumen Penelitian	24
3.7.1 Uji Validitas.....	24
3.7.2 Uji Reliabilitas	24
3.8 Uji Data (Asumsi Klasik)	24
3.8.1 Uji Normalitas	24
3.8.2 Uji Heterokedastisitas	25
3.8.3 Uji Multikolinearitas.....	25
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda	25
3.10 Uji Korelasi Antar Dimensi	26
3.11 Uji Hipotesis	27
3.11.1 Uji t (Parsial).....	27
3.11.2 Uji F (Simultan).....	28
3.11.3 Koefisien Determinasi	28
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Analisis Karakteristik Data Responden	29
4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Pre-Test	30
4.3 Uji Reliabilitas	31
4.4 Statistik Deskriptif.....	32
4.5 Hasil Uji Normalitas	36
4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	37
4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	38
4.8 Analisis Regresi Linear Berganda	38
4.9 Uji Hipotesis	39
4.9.1 Hasil Uji Parsial (t)	39

4.9.2 Hasil Uji Simultan (F)	40
4.9.3 Koefisien Determinasi (r^2)	41
4.10 Korelasi Antar Dimensi	42
4.11 Pembahasan	43
4.11.1 Hubungan Promosi Penjualan dengan Minat Beli Ulang	43
4.11.2 Hubungan Iklan Web Banner dengan Minat Beli Ulang	45
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	47
5.2 Saran	47
5.2.1 Saran Bagi Tempat Penelitian	47
5.2.2 Rekomendasi Untuk Peneliti Lainnya	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN-LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra-survei.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	22
Tabel 3.2 Matriks Korelasi Antar Dimensi.....	27
Tabel 4.1 Distribusi Karakteristik Responden	29
Tabel 4.2 Uji Validitas Pre-Testing	31
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas	32
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Promosi Penjualan	33
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Iklan	34
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Minat Beli Ulang	35
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	37
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	38
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	39
Tabel 4.10 Hasil Uji Simultan	41
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (r^2)	41
Tabel 4.12 Hasil Korelasi Antar Dimensi.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir 17
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas 37