

**Pengaruh *Product, Price, Promotion, Place*, dan *Physical Evidence*
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bittersweet By Najla di
TikTok Shop**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Cut Mutia Nanda Ismiyadi

1201001059

PROGRAM STUDI STRATA SATU MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2024

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 : Cut Mutia Nanda Ismiyadi

Nim : 1201001059

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mutia', written in a cursive style.

Tanggal : 29 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN

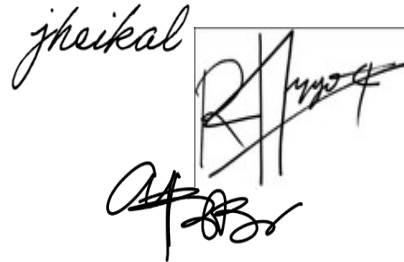
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Cut Mutia Nanda Ismiyadi
NIM : 1201001059
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Product, Price, Promotion, Place dan Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bittersweet By Najla di Tiktokshop.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian pernyataan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Jerry Heikal, S.T, M.M
Penguji 1 : Raden Aryo Febrian S.E, M.M
Penguji 2 : Ananda Fortunisa, S.E, M.Si



The image shows three handwritten signatures. The top signature is 'jheikal' in cursive. Below it is a signature that appears to be 'Raden Aryo Febrian' written over a rectangular stamp. The bottom signature is 'Ananda Fortunisa' written in a stylized cursive.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 Agustus 2024

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “**Pengaruh *product, price, promotion, place, dan physical evidence* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bittersweet By Najla di Tiktok Shop**”. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana manajemen (SM) program studi S1 manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak sangat sulit untuk diselesaikan. Dengan segala hormat dan kerendahan hati, mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Dudi Rudianto, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.
2. Prof. M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah bersedia meluangkan waktu, arahan, dan dukungan yang bermanfaat dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Ayah dan Bunda tercinta, Ismiyadi dan Een Sumiati yang telah menjadi orang tua terbaik. Selalu memberikan doa, cinta, kepercayaan, segala bentuk kasih dan dukungan kepada penulis untuk segera menyelesaikan skripsi.
5. Rekan seperjuangan saya Febri, Shafa, dan Lilian yang selalu memberikan bantuan saran, dan menjadi penyemangat dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Sahabat-sahabat tercinta penulis Salwa, Dinda, Muftiah, Namira, Icha, Amel, Iin, Tiara, Bela, Sela, Kadek, dan Reta yang telah membantu penulis sebagai pemberi masukan dan motivasi dalam penyusunan Tugas Akhir.
7. Kepada diri saya sendiri, Cut Mutia Nanda Ismiyadi. Terima kasih sudah berjuang dan bertahan sejauh ini. Apresiasi sebesar-besarnya karena bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih untuk tidak menyerah dalam hal sesulit apapun dalam proses penyusunan skripsi ini. Tetap bersyukur dan rendah hati.
8. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang turut memberikan dorongan dan dukungan motivasi dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.

Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat yang tidak hanya bagi penulis tetapi juga menjadi manfaat bagi pembaca. Penulis menyadari masih adanya kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini, oleh karena itu kritik dan saran yang diberikan akan saya terima sebagai penyempurnaan Tugas Akhir ini.

Jakarta, 16 April 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Cut Mutia Nanda Ismiyadi'.

Cut Mutia Nanda Ismiyadi

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Cut Mutia Nanda Ismiyadi
Nim : 1201001059
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

Pengaruh Product, Price, Promotion, Place dan Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bittersweet By Najla di Tiktokshop.

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenearnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 29 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Cut Mutia Nanda Ismiyadi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *product*, *price*, *promotion*, *place* dan *physical evidence* terhadap keputusan pembelian Bittersweet by Najla di Tiktok Shop (di wilayah Jakarta). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi binary logistik untuk menganalisa hubungan antara indikator variabel X terhadap variabel Y (keputusan pembelian). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap indikator dari variabel *product* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada indikator dari variabel *price* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada indikator dari variabel *promotion* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada indikator dari variabel *place* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kecuali pada indikator X4-1 yaitu ketersediaan pada dimensi aksesibilitas. Dimana nilai signifikan $0.045 < 0.05$ setelah pengujian ulang. Indikator X4-1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan pada indikator dari variabel *physical evidence* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan untuk pengaruh *product*, *price*, *promotion*, *place*, dan *physical evidence* secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bittersweet by Najla karena memperoleh nilai Nagelkerke R Square 0.544.

Kata kunci : *Product*, *Price*, *Promotion*, *Place*, *Physical Evidence*, Keputusan Pembelian, Regresi Binari Logistik

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product, price, promotion, place and physical evidence on the purchase decision of Bittersweet by Najla on Tiktok Shop (in the Jakarta area). This study uses logistic binary regression data analysis techniques to analyze the relationship between variable X indicators and variable Y (purchase decisions). The results of this study show that each indicator of *the product* variable does not have a significant effect on the purchase decision. The indicator of the *price* variable does not have a significant effect on the purchase decision. The indicators of the *promotion* variable do not have a significant effect on the purchase decision. The indicator of the *place variable* does not have a significant effect on the purchase decision, except for the X4-1 indicator, namely the availability in the accessibility dimension. Where the significant value is $0.045 < 0.05$ after retesting. The X4-1 indicator has a positive and significant effect on the purchase decision. And the indicators of *the physical evidence* variable do not have a significant effect on the purchase decision. As for the influence of *product, price, promotion, place, and physical evidence* together did not have a significant effect on the purchase decision of Bittersweet by Najla because it obtained a Nagelkerke R Square value of 0.544.

Keywords: *Product, Price, Promotion, Place, Physical Evidence*, Purchase Decision, Logistics Binary Regression

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktisi.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Digital Marketing.....	11
2.1.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	11
2.1.3 TikTok Shop.....	12
2.1.4 Variabel Produk.....	12
2.1.5 Variabel Harga.....	13
2.1.6 Variabel Promosi.....	14
2.1.7 Variabel Tempat.....	15
2.1.8 Variabel Bukti Fisik.....	16
2.1.9 Penelitian Terdahulu.....	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Metode Penelitian.....	26
3.2 Objek Penelitian.....	26
3.3 Populasi & Sampel.....	26
3.3.1 Populasi.....	26
3.3.2 Sampel.....	26

3.4 Operasional Variabel Penelitian.....	27
3.4.1 Variabel Independen (X).....	27
3.4.2 Variabel Dependen (Y).....	27
3.5 Metode Pengumpulan Data dan Jenis.....	31
3.5.1 Metode Pengumpulan Data	31
3.5.2 Sumber data.....	31
3.5.2.2 Data Sekunder	32
3.6 Instrumen Penelitian.....	32
3.6.1 Uji Validitas	32
3.6.2 Uji Realibilitas.....	32
3.7 Teknik Analisis Data.....	32
3.7.1 Statistik Deskriptif.....	33
3.7.2 Uji Nagelkerke R Square.....	33
3.7.3 Uji Ketepatan Model Regresi	33
3.7.4 Model Binary Regresi Logistic	34
3.7.5 Uji Hipotesis.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Karakteristik Responden	35
4.2.1 Uji Validitas	36
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	37
4.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	38
4.4 Uji Binary Regresi Logistik.....	39
4.4.1 Uji Ch Square & Hosmer and Lemeshow	40
4.4.2 Koefisien Determinasi (Nagelkerke R Square)	40
4.4.3 Uji Ketetapan Prediksi Klasifikasi	41
4.5 Uji Hipotesis.....	41
4.5.1 Uji X2.4, X4.1, X4.2, X5.1 dan X5.3 terhadap Y	43
4.6 Pembahasan Penelitian	48
4.6.1 Pengaruh Product (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Bittersweet By Najla di Tiktok Shop.....	48
4.6.2 Pengaruh Price (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Bittersweet By Najla di Tiktok Shop	49
4.6.3 Pengaruh Promotion (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Bittersweet By Najla di Tiktok Shop.....	49
4.6.4 Pengaruh Place (X4) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Bittersweet By Najla di Tiktok Shop	50
4.6.5 Pengaruh Physical Evidence (X5) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Bittersweet By Najla di Tiktok Shop.....	51

4.6.7 Pengaruh Product (X1), Price (X2), Promotion (X3), Place (X4) dan Physical Evidence (X5) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Bittersweet By Najla di Tiktok Shop.....	51
BAB V PENUTUP	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	56
DAFTAR LAMPIRAN.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman, Q2 2010 – Q4 2023.	1
Gambar 1. 2 Data Penggunaan Internet di Indonesia dalam Global Digital Report 2024	2
Gambar 1. 3 Produk Bittersweet by Najla.....	4
Gambar 1. 4 Harga Bittersweet by Najla.....	5
Gambar 1. 5 Promosi Bittersweet by Najla	6
Gambar 1. 6 Place Bittersweet by Najla.....	7
Gambar 1. 7 Logo Profil Bittersweet by Najla di TikTok Shop.....	15
Gambar 1. 8 Kualitas Gambar Produk.....	16

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Total Penjualan Brand Dessert di Tiktokshop.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	28
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.2 Usia Responden	35
Tabel 4.3 Domisili Responden.....	36
Tabel 4.4 Hasil penelitian uji validitas	36
Tabel 4.5 Uji Reabilitas	37
<i>Tabel 4. 6 hasil Uji Processing Summary</i>	39
Tabel 4,7 Dependent Variabel Encoding	39
Tabel 4.8 Hasil Hosmer and Lameshow	40
Tabel 4.9 Hasil Model Summary.....	40
Tabel 4.10 Hasil Classification Table	41
Tabel 4.11 Hasil Variabels in the Equation.....	41
Tabel 4.12 Uji Hosmer and Lameshow Test X2.4, X4.1, X4.2, X5.1 dan X5.3 terhadap Y... 43	43
Tabel 4.13 Model Summary X2.4, X4.1, X4.2, X5.1 dan X5.3 terhadap Y.....	44
Tabel 4. 14 Classification Table X2.4, X4.1, X4.2, X5.1 dan X5.3 terhadap Y	44
Tabel 4.15 Variables in the Equation X2.4, X4.1, X4.2, X5.1 dan X5.3 terhadap Y	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	59
--	----