

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas ridho dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KEYWORDS ADS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN METODE AISAS (Studi Kasus Pada : Lazada Indonesia)”**. Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai karya dan salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai koalisi yang mau bergabung, tanpa saya janjikan apa-apa dimasa depannya, untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang *super* besar kepada semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan skripsi. Ucapan terima kasih khusus serta penghargaan yang setinggi-tingginya dan lebih tinggi dari penghargaan *Nobel* maupun *rock n roll hall of fame* penulis sampaikan kepada kedua orang tua penulis, Sonny Hernowo dan Wita Warnita yang telah menjadikan saya sebagai *prototype* pertama, karena dengan doa yang kuat, didikan kaum *Saiyan*, dan dongeng sebelum tidur yang luar biasa menyebabkan penulis mampu menyusun skripsi ini, dan tidak lupa saya mengucapkan terima kasih kepada Warga Kartadinata, beliau memberikan inspirasi terbesar bagi saya, semoga engkau damai disana karena esok kita berdansa.

Selanjutnya, dengan segala hormat penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irfan Parendra, S.T.M.M. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan inspirasi dan berbagi pemikiran dengan saya, terimakasih telah mengajarkan banyak hal dan berbagi pengetahuan dan telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan bimbingan bagi penulis untuk menyelesaikan karya ini.
2. Kristina Sisilia, S.T.,M.A.B. sebagai penguji sekaligus pembimbing saya selama perkuliahan di Universitas Telkom, yang selalu berbagi Ilmu Pengetahuan Marketing dan Trick Marketing Modern.

3. Ibu Cut Irna Setiawati, S.A.B.,M.A.B selaku penguji pada sidang proposal dan siding skripsi yang telah memberikan saran dan membantu penulis untuk memperbaiki isi dari skripsi ini.
4. Seluruh Dosen beserta karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta berbagi pengalaman yang berharga.
5. Terimakasih kepada Sarwendah Laraswati karena dia keinginan saya untuk lulus menjadi kuat.
6. Terimakasih kepada Rezky Arya Baskoro, Muhamad Soni El-Kautsar, dan Muhamad Febrianto, kalian adalah keluarga saya selama di bandung. Terimakasih atas segala bantuan nya, semoga kita bisa bertemu di Atas.
7. Terimakasih kepada Rafiz Adriansyah, dan Nuradhini Mutiara berkat kalian berdua SPSS saya bisa selesai dikerjakan, terimakasih telah berbagi saran dan ilmu.
8. Terima kasih kepada rekan-rekan klub Jalan-Jalan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya karena kami memiliki 14 *member*.
9. Terimakasih kepada para sahabat yang berada di DKI Jakarta, Kawan-kawan SMP Putra 1 jakarta dan Kawan-kawan WARU yang turut memberikan masukan untuk menyelesaikan karya ini.
10. Rekan-rekan Adbis B 2010, yang selama UTS maupun UAS bersedia saya contek hasil ujian nya, berkat kalian saya memiliki IPK yang cukup bagus.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, baik dalam teknik penulisan, struktur bahasa, ataupun persepsi ilmiah. Untuk itu penulis tidak mengharapkan kritik, karena penulis tidak suka dikritik, penulis hanya ingin mendapatkan dorongan yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi bagi pembacanya khususnya dan bagi mahasiswa Universitas Telkom.

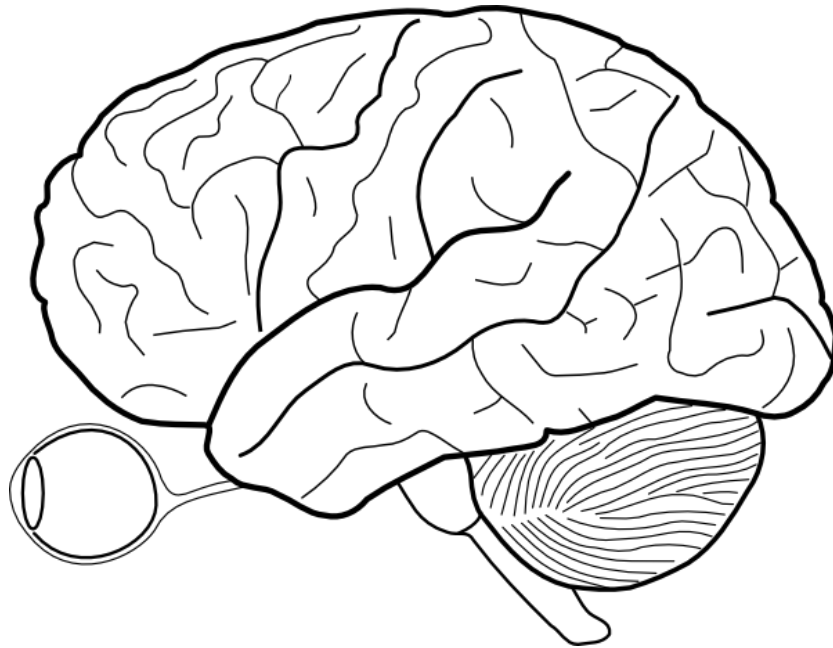
Bandung, 29 Agustus 2014



Penulis

Jody Hutomo Soepratikno

1203100070



Aku MAHASISWA U.F.O

Aku generasi *I don't know*

- Frigi Frigi

Apabila ingin bertanya-tanya tentang skripsi ini, saya sebagai penulis sangat suka ditanya, kirim pertanyaan anda lewat email saya : Jodyhutomo.s@gmail.com

Apabila *mood* sedang bagus dengan senang hati saya akan menjawab keluh kesah anda.

-спасибо-

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Lazada Indonesia	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Kegunaan Penelitian	14
1.6 Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	17
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	17
2.1.1 Internet	17
2.1.2 Pemasaran	18
2.1.3 E-Commerce	26
2.1.4 Perilaku Konsumen	28
2.1.5 Hirarki Respon Model AISAS	31
2.1.6 Hubungan Bauran Pemasaran dengan Keputusan Pembelian	33
2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Kerangka Pemikiran.....	42
2.4 Hipotesis Penelitian	44
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Jenis Penelitian.....	47
3.2 Variabel Operasional	47
3.2.1. Skala Pengukuran	50
3.3 Tahap Penelitian.....	50

3.4 Populasi dan Sampel	52
3.4.1. Populasi	52
3.4.2. Sampel	52
3.5 Pengumpulan Data	54
3.5.1 Jenis Data	54
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	54
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas	56
3.6.1 Uji Validitas	56
3.6.2 Uji Reabilitas	61
3.7 Teknik Analisis Data	62
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif	62
3.7.2 <i>Method of Succesive Interval</i>	64
3.7.3 Uji Asumsi Klasisk	65
3.7.4 Analisi Regresi Linier Sederhana	66
3.7.5 Pengujian Hipotesis	67
3.7.6 Koefisien Determinasi	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	69
4.1 Karakteristik Responden	69
4.2. Hasil Penelitian	72
4.2.1 Analisis Deskriptif Data Penelitian	72
4.3 Pengaruh Keywords Ads Terhadap Keputusan Pembelian dengan Model AISAS	83
4.3.1 Konversi Skala	84
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	84
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	88
4.3.4 Uji Linieritas	94
4.4 Regresi Sederhana	96
4.5 Pengujian Hipotesis	98
4.5.1 Uji Parsial (Statistik T)	98
4.5.2 Koefisien Determinasi (R ²)	102
4.6 Pembahasan	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	111
5.1 Kesimpulan	111
5.2 Saran	112

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	113
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	115
DAFTAR PUSTAKA.....	117
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung Web dan Jumlah Transaksi Pada Tahun 2012.....	4
Tabel 2.1 Faktor-Faktor Perilaku Konsumen.....	29
Tabel 2.2 Peneletian Terdahulu Skripsi	35
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional	38
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional.....	40
Tabel 3.1 Operasional Variabel	49
Tabel 3.2 Skala Pengukuran	50
Tabel 3.3 Pedoman Koefisien Korelasi.....	58
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas	58
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Attention	59
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Interest.....	59
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Search	60
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Action	60
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Share	60
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Search	60
Tabel 3.10 Hasil Uji Reabilitas	61
Tabel 3.11 Kategori Intepretasi Skor	63
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keywords Ads	72
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Attention</i> (Y_1)	75
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Interest</i> (Y_1)	76
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Search</i> (Y_1)	78
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Action</i> (Y_1)	80
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Share</i> (Y_1)	82
Tabel 4.7 Tabel Hasil Uji linieritas variabel <i>Attetion</i>	94
Tabel 4.8 Tabel Hasil Uji linieritas variabel <i>Interest</i>	94
Tabel 4.9 Tabel Hasil Uji linieritas variabel <i>Search</i>	95
Tabel 4.10 Tabel Hasil Uji linieritas variabel <i>Action</i>	95
Tabel 4.11 Tabel Hasil Uji linieritas variabel <i>Share</i>	96
Tabel 4.12 Hasil Uji T <i>Attention</i> (Y_1)	98
Tabel 4.13 Hasil Uji T <i>Interest</i> (Y_2)	99
Tabel 4.14 Hasil Uji T <i>Search</i> (Y_2)	100

Tabel 4.15 Hasil Uji T <i>Action</i> (Y_2)	101
Tabel 4.16 Hasil Uji T <i>Share</i> (Y_2)	102
Tabel 4.17 Analisis Koefisien Deteminasi <i>Attention</i>	103
Tabel 4.18 Analisis Koefisien Deteminasi <i>Interest</i>	103
Tabel 4.19 Analisis Koefisien Deteminasi <i>Search</i>	103
Tabel 4.20 Analisis Koefisien Deteminasi <i>Action</i>	104
Tabel 4.21 Analisis Koefisien Deteminasi <i>Share</i>	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Lazada.....	1
Gambar 1.2 perbandingan peringkat <i>traffic online shop</i> di Indonesia dalam skala <i>global</i>	3
Gambar 1.3 Gambar peringkat <i>traffic regional</i> Indonesia <i>www.lazada.co.id</i>	4
Gambar 1.4 Proses Keputusan Pembelian	5
Gambar 1.5 Data statistik perilaku pengguna <i>internet</i> di Indonesia	5
Gambar 1.6 Skema mekanisme Google Ads	8
Gambar 1.7 Contoh iklan Keywords Ads	9
Gambar 1.8 Data pengunjung domain <i>www.lazada.com</i>	10
Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran.....	19
Gambar 2.2 Marketing Mix	21
Gambar 2.3 Proses Keputusan Pembelian	29
Gambar 2.4 Proses Keputusan Pembelian AISAS	31
Gambar 2.5 Gambar 2.5 Model Perilaku <i>Customer Blackbox</i>	33
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.....	51
Gambar 3.2 Kriteria Interpretasi Nilai.....	63
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Gambar 4.4 Garis kontinum Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Keywords Ads</i>	74
Gambar 4.5 Garis kontinum Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Attention</i>	76
Gambar 4.6 Garis kontinum tanggapan responden terhadap <i>Interest</i>	78
Gambar 4.7 Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap <i>Search</i>	80
Gambar 4.8 Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap <i>Action</i>	81
Gambar 4.9 Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap <i>Share</i>	83
Gambar 4.10 Garis P-Plot Terhadap <i>Attention</i>	84
Gambar 4.11 Garis P-Plot terhadap <i>interest</i>	85
Gambar 4.12 Garis P-Plot terhadap <i>Search</i>	86
Gambar 4.13 Garis P-Plot terhadap <i>action</i>	87
Gambar 4.14 Garis P-Plot terhadap <i>share</i>	88

Gambar 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Attention</i>	89
Gambar 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>interest</i>	90
Gambar 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>search</i>	91
Gambar 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>action</i>	92
Gambar 4.19 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Share</i>	93
Gambar 4.20 Model Regresi Linier Model AISAS	96
Gambar 4.21 Hasil Model Regresi Linier Model AISAS	97
Gambar 5.1 Proses Keputusan Pembelian	112
Gambar 5.2 Contoh Iklan Google AdSense.....	114