

**PENGARUH STRATEGI MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PLATFORM ONLINE**



TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

ULFAH NURKASANA

NIM. 22120132

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2026**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir

**PENGARUH STRATEGI MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PLATFORM ONLINE**

Oleh :

ULFAH NURKASANA

22120132

Disetujui dan dipertahankan di hadapan
Dewan Penguji Tugas Akhir Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 29 Januari 2026

Dosen Pembimbing



Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.
NUPTIK. 0256772673130313

PENGESAHAN PENGUJI

Tugas Akhir

PENGARUH STRATEGI MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PLATFORM ONLINE

Oleh :

ULFAH NURKASANA

22120132

Telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Tugas Akhir

Program Studi S1 Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 13 April 2026

Dewan Penguji

Satria Veriansyah Wiguna, S.Sn., M.M.

Ketua

Muhammad Svihabuddin, S.Hum., M.M.

Anggota



Mengetahui

Ketua STIE Surakarta
Manajemen


Adhva Mahyan, S.M.B., M.M.
NUPK. 5438767668131040

Kepala Program S1


Muhammad Svihabuddin, S.Hum., M.M.
NUPK. 0256772673130313

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ulfah Nurkasanah

NIM : 22120132

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul:

Pengaruh Strategi Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform Online adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam Tugas Akhir ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Tugas Akhir dan gelar yang saya peroleh dari Tugas Akhir ini.

Sukoharjo, 29 Januari 2026

Yang Memberi Pernyataan,


METERAI
TEMPEL
1F4APX390519038
ULFAH NURKASANAII

MOTTO

“Janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah”

(QS. Az Zumar, 53)

“Aku membahayakan nyawa ibu untuk lahir di dunia dan mengiyakan 77x pertanyaan yang Tuhan berikan, jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya”

(Penulis)

“Terus berenang, lanjutlah mendaki”

(33x, Perunggu)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan yang Maha Esa, Maha Mulia, serta Maha Agung, karena berkat rahmat serta kesempatan yang diberikan, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi. Tiada lembar skripsi paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, Bismillahirrahmanirrahim skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tersayang, Alm. Bapak Parino dan Ibu Partiyem. Terima kasih penulis ucapkan atas segala kasih sayang, dukungan dan doa yang diberikan. Keduanya mungkin tidak pernah merasakan bangku kuliah, namun dari merekalah aku belajar tentang arti perjuangan, ketulusan, dan keteguhan hati. Setiap usaha, doa, dan pengorbanan yang mereka berikan menjadi alasan terbesarku untuk terus bertahan dan menyelesaikan perjalanan ini. Aku bangga menjadi anak dari orang tua yang luar biasa.
2. Kakak keduaku, Arifah Isna Anggraini. Sosok yang dengan tulus berjuang tanpa ragu, mengorbankan mimpinya demi mimpiku terus tumbuh. Pengorbanan dan ketulusan mu mungkin tak selalu terucap, namun akan selalu menjadi alasan ku berdiri di titik ini dengan hati yang kuat.
3. Adikku, kakak pertamaku, kedua kakak iparku, dan kedua ponakanku. Terima kasih atas segala dukungan, doa, perhatian, dan kehadiran kalian yang selalu membuatku merasa tidak sendiri. Dari kalian aku belajar arti kebersamaan, kekuatan, dan alasan untuk tetap bertahan di saat lelah.
4. Dosen pembimbing yang penulis hormati Bapak Muhammad Shihabuddin, S.Hum.,M.M. Terimakasih atas bimbingan, arahan, kesabaran, serta ilmu yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Dukungan dan masukan yang diberikan sangat berarti dalam membantu penulis menyelesaikan studi hingga memperoleh gelar sarjana.
5. Teman-temanku tersayang, Salsabella Ayu Oktaviani, Sindy Dwi Wulandari, Sheva Ardianti, dan Salsabila Aisyah Putri. Terima kasih atas dukungan, doa, dan kehadiran kalian yang selalu menguatkan ku di setiap proses. Kalian bukan sekadar teman, tetapi bagian penting dari perjalananku hingga aku bisa sampai di titik ini.

6. Terakhir tidak lupa, kepada diri saya sendiri. Meskipun memiliki latar belakang yang tidak sempurna, terimakasih “Ulfa” sudah memilih untuk bertahan, mau berjuang dan tidak menyerah. Sampai di tahap ini bukanlah hal yang mudah bagi anak kecil yang perjuangannya dipenuhi dengan benturan dan rasa takut yang besar. Saya bangga pada mu, saya tau perjalanan ini belum selesai, masih banyak ketidakpastian dan luka yang mungkin datang tetapi semoga kamu mampu melewatinya dan ingat kamu pantas untuk bahagia, kamu berhak bermimpi, dan kamu layak untuk sampai di tujuan itu. Teruslah hidup dengan hati yang jujur, dan berjalan dengan niat yang baik. Terimakasih “Ulfa” kamu hebat sudah sejauh ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wassalam, yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju jalan yang terang benderang penuh kebenaran.

Skripsi ini berjudul "Pengaruh Strategi marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform Online." Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan,

bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepala STIE Surakarta beserta seluruh jajaran akademik yang telah memberikan fasilitas dan dukungan selama penulis menempuh pendidikan.
2. Bapak Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, motivasi, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Akademik yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta bantuan administratif selama masa perkuliahan.
4. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta motivasi yang tiada henti.
5. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan

manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan. Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga memberikan kebermanfaatan bagi semua. Apabila terdapat salah kata, mohon maaf yang sebesar-besarnya.
Wassalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Sukoharjo, 29 Januari 2026



Ulfah Nurkasanah

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN PENGUJI	iii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
BAB II KAJIAN PUSTAKA	4
A. Teori Yang Relevan	4
B. Penelitian Terdahulu	7
C. Kerangka Berpikir	10
D. Hipotesis	11
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	12
A. Objek Penelitian	12
B. Jenis Dan Sumber Data	12
C. Populasi Dan Sampel	13
D. Teknik Pengumpulan Data	14
E. Definisi Operasional	15
F. Teknik Analisa Data	17
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
A. Identitas Responden	20
B. Analisis Data	22
C. Pembahasan	29
BAB V PENUTUP	31
A. Kesimpulan	31
B. Saran	31
C. Keterbatasan Penelitian	32
DAFTAR PUSTAKA	33
LAMPIRAN	37

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel penelitian terdahulu	8
Tabel 2. Skala likert.....	15
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel Penelitian	15
Tabel 4. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Usia	20
Tabel 5. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Platform	21
Tabel 6. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Riwayat Pembelian	21
Tabel 7. Uji Validitas.....	23
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas	24
Tabel 9. Hasil Uji Normalitas (kolmogorov Smirnov).....	24
Tabel 10. Hasil Uji Linearitas.....	25
Tabel 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas	26
Tabel 12. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	27
Tabel 13. Hasil Uji Parameter Individual atau Parsial (t).....	28
Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Kuesioner.....	38
Lampiran 2. Tabulasi Data	41
Lampiran 3. Hasil Olah Data.....	49

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital dan meningkatnya penggunaan platform e-commerce di Indonesia menyebabkan persaingan antar platform online semakin ketat. Kondisi ini mendorong pelaku usaha untuk menerapkan strategi marketing yang tepat guna mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi marketing terhadap keputusan pembelian konsumen pada platform online.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Sampel penelitian berjumlah 96 responden pengguna e-commerce di Kabupaten Sukoharjo yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada platform online, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,396 menunjukkan bahwa strategi marketing mampu menjelaskan 39,6% variasi keputusan pembelian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi marketing yang efektif dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen serta menjadi faktor penting dalam menghadapi persaingan pada industri e-commerce.

Kata kunci: strategi marketing, keputusan pembelian, e-commerce, platform online.

ABSTRACT

The development of digital technology and the increasing use of e-commerce platforms in Indonesia have intensified competition among online platforms. This condition encourages business actors to implement appropriate marketing strategies to influence consumer purchasing decisions. This study aims to analyze the effect of marketing strategy on consumer purchasing decisions on online platforms.

This research uses a quantitative method with data collected through questionnaires. The sample consists of 96 e-commerce users in Sukoharjo Regency selected using purposive sampling. Data analysis was conducted using simple linear regression with the assistance of SPSS software.

The results show that marketing strategy has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions on online platforms, with a significance value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) value of 0.396 indicates that marketing strategy explains 39.6% of the variation in purchasing decisions, while the remaining 60.4% is influenced by other factors outside this study.

The conclusion of this study indicates that effective marketing strategies play an important role in increasing consumer purchasing decisions and in strengthening competitiveness in the e-commerce industry.

Keywords: *marketing strategy, purchasing decision, e-commerce, online platform*