

**PENGARUH PROMOSI DIGITAL, TESTIMONI PELANGGAN, FITUR
LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI MOBIL
BEKAS PADA PLATFORM OLX DAERAH JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

TAOPIK HIDAYAT

213402516463



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2025

**PENGARUH PROMOSI DIGITAL, TESTIMONI PELANGGAN, FITUR
LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI MOBIL
BEKAS PADA PLATFORM OLX DAERAH JAKARTA SELATAN**

Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh:

Taopik Hidayat

213402516463



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

PENGARUH PROMOSI DIGITAL, TESTIMONI PELANGGAN, FITUR LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI MOBIL BEKAS PADA PLATFORM OLX DAERAH JAKARTA SELATAN

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, Agustus 2025



Taopik Hidayat
NPM. 213402516463

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

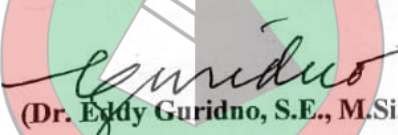
Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PROMOSI DIGITAL, TESTIMONI
PELANGGAN, FITUR LAYANAN DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI
MOBIL BEKAS PADA PLATFORM OLX
DAERAH JAKARTA SELATAN**

Nama : **TAOPIK HIDAYAT**

Nomor Pokok : **213402516463**

Program Studi : **Manajemen**

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir


(Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Resti Hardini., SE., MS.i)

Jakarta :2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PROMOSI DIGITAL, TESTIMONI
PELANGGAN, FITUR LAYANAN DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI
MOBIL BEKAS PADA PLATFORM OLX**

DAERAH JAKARTA SELATAN

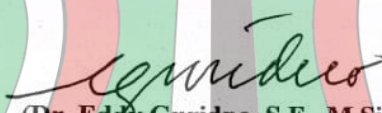
Nama : **TAOPIK HIDAYAT**

Nomor Pokok : **213402516463**

Program Studi : **Manajemen**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir


(Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.)

Ketua Penguji,

Anggota/Penguji,


(Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M.)


(Olivia Yolanda, S.E., M.M.)



Mengetahui
Dekan,


(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta :2025

Tanggal Lulus :2025

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI DIGITAL, TESTIMONI PELANGGAN, FITUR LAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI MOBIL BEKAS PADA PLATFORM OLX DAERAH JAKARTA SELATAN

Oleh : Taopik Hidayat

Npm: 213402516463

Tugas Akhir, di bawah bimbingan, Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi pada era Revolusi Industri 4.0, semakin banyak perusahaan yang menawarkan produk dan jasa melalui platform digital. Bagi konsumen, keberadaan platform digital memberikan kemudahan dalam mengakses informasi terkait produk yang diminati maupun yang akan dibeli. Melalui media ini, banyak pengguna turut berperan aktif dalam memproduksi serta menyebarkan informasi mengenai produk-produk unggulan dari perusahaan. Salah satu platform digital yang menyediakan layanan transaksi daring secara praktis adalah platform OLX.

Pada penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Promosi Digital, Testimoni Pelanggan, Fitur Layanan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Mobil Bekas pada platform OLX daerah Jakarta Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang diisi oleh 96 responden dengan menggunakan metode Non-probability sampling dan rumus Lemeshow untuk menghitung jumlah sampel. Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi linear berganda dengan menggunakan IBM SPSS versi 25. Hasil penelitian menemukan bahwasanya Promosi Digital dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Adapun Testimoni Pelanggan dan Fitur Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci : Promosi Digital, Testimoni Pelanggan, Fitur Layanan, Persepsi Harga, Minat Beli.

ABSTRACT

THE EFFECT OF DIGITAL PROMOTION, CUSTOMER TESTIMONIALS, SERVICE FEATURES, AND PRICE PERCEPTION ON INTEREST IN BUYING USED CARS ON THE OLX PLATFORM IN SOUTH JAKARTA

By : Taopik Hidayat

Npm : 213402516463

Thesis, under the supervision of Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.

With the rapid technological advancements of the Industrial Revolution 4.0, more and more companies are offering products and services through digital platforms. For consumers, digital platforms facilitate easy access to information about products they are interested in or intend to purchase. Through these platforms, many users actively participate in producing and disseminating information about a company's flagship products. One digital platform that offers convenient online transaction services is OLX.

This study aims to examine the Influence of Digital Promotion, Customer Testimonials, Service Features, and Price Perception on Purchase Interest of Used Cars on the OLX platform in South Jakarta. The method used in this study is Data collection was carried out through questionnaires filled out by 96 respondents using the Non-probability sampling method and the Lemeshow formula to calculate the number of samples. Data analysis was carried out using multiple linear regression methods using IBM SPSS version 25. The results of the study found that Digital Promotion and Price Perception had a positive and significant effect on purchase interest. Meanwhile, Customer Testimonials and Service Features did not have a significant effect on purchase interest.

Keywords : Digital Promotion, Customer Testimonials, Service Features, Price Perception, Purchase Interest.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul “Pengaruh Promosi Digital, Testimoni Pelanggan, Fitur Layanan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Mobil Bekas Pada Platform OLX Daerah Jakarta Selatan” dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi Program Sarjana (S1) Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penyusunan tugas akhir ini, penulis tentunya mengalami hambatan baik yang bersifat teknis maupun yang lainnya. Namun, berkat dukungan, kerjasama, dorongan semangat, dan bantuan dari berbagai pihak, maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, dengan kerendahan, rasa kasih sayang penulis, dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. EL Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
6. Bapak Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M. selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

7. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.
8. Seluruh staf serta karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang sudah membantu serta membagikan kemudahan dari dini perkuliahan sampai akhir perkuliahan.
9. Kepada kedua orang tua Bapak Amat serta Ibu Idah Suwidah dan juga kepada kakak saya Agus Budi Setiawan, dan kepada adik saya Raisa Amanda Putri yang tiada hentinya selalu mendoakan, selalu memberikan semangat dan dukungannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini hingga selesai.
10. Kepada sahabat seperjuangan di organisasi Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Komisariat Ekonomi yang saya cintai Ariful Ramadhan, Jajang Abdul Gofar, Qori Ramanda Syabani, Sutan, dan Rayhan yang setia menemani, selalu membantu, menjadi pendengar yang baik serta selalu mendukung setiap permasalahan yang timbul dalam penulisan tugas akhir ini.
11. Teman-teman seperbimbingan dan teman-teman Manajemen 2021 angkatan genap yang dengan tulus berbagi pengetahuan, informasi dan memberikan dukungan selama masa perkuliahan.

Dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis menerima semua kritik dan saran yang membangun. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jakarta, Agustus 2025

Taopik Hidayat
Npm: 213402516463

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Manajemen Pemasaran	10
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2. Tujuan Manajemen Pemasaran	10
3. Fungsi Manajemen Pemasaran	11
4. Minat Beli	12
5. Promosi Digital	16
6. Testimoni Pelanggan.....	20
7. Fitur Layanan	23
8. Persepsi Harga	26
B. Kertekaitan/Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	29
1. Pengaruh Promosi Digital Terhadap Minat Beli.....	29
2. Pengaruh Testimoni Pelanggan Terhadap Minat Beli	30
3. Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Beli	30
4. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	31
C. Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	31
D. Kerangka Analisis	33
E. Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37

A.	Objek Penelitian	37
B.	Data Penelitian	37
1.	Sumber data dan jenis data	37
2.	Populasi dan Sampel.....	38
3.	Teknik dan alat pengumpulan data	39
C.	Jenis Variabel yang digunakan.....	40
1.	Variabel Bebas	41
2.	Variabel Terikat	41
D.	Definisi Operasional.....	41
E.	Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	42
1.	Analisis Deskriptif	42
2.	Uji Instrumen	43
3.	Uji Asumsi Klasik.....	44
4.	Uji Regresi Linear Berganda	45
5.	Uji Kelayakan Model.....	46
6.	Pengujian hipotesis (Uji t)	46
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A.	Hasil Penelitian.....	47
1.	Deskripsi Data Penelitian.....	47
2.	Karakteristik Responden.....	48
3.	Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	51
B.	Pembahasan	63
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
A.	Kesimpulan.....	66
B.	Saran	67
	DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Tiga Platform Jual Beli Mobil Terbaik	2
Table 2.1 Rujukan Hasil Penelitian.....	32
Table 3.2 Pengukuran Skala Likert.....	40
Table 3.3 Teori Operasional Variabel.....	41
Table 4.1 Jenis Kelamin Responden	48
Table 4.2 Usia Responden.....	49
Table 4.3 Pekerjaan Responden	49
Table 4.4 Penghasilan Responden.....	50
Table 4.5 Deskriptif Promosi Digital	51
Table 4.6 Deskriptif Testimoni Pelanggan.....	52
Table 4.7 Deskriptif Fitur Layanan	52
Table 4.8 Deskriptif Persepsi Harga	53
Table 4.9 Deskriptif Minat Beli	54
Table 4.10 Hasil Uji Validitas.....	54
Table 4.11 Hasil Uji Reabilitas	54
Table 4.12 Hasil Uji Normalitas	55
Table 4.13 Hasil Uji Multikolonieritas	57
Table 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Table 4.15 Hasil Uji Autokorelasi	58
Table 4.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
Table 4.17 Hasil Uji F	61
Table 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61
Table 4.19 Hasil Hipotesis (Uji T).....	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Kendaraan Mobil Bekas Platform OLX	4
Gambar 2.1 Kerangka Analisis	36
Gambar 4.1 Jenis Kelamin	48
Gambar 4.2 Usia Responden.....	49
Gambar 4.3 Pekerjaan Responden	50
Gambar 4.4 Penghasilan Responden.....	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup.....	74
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	75
Lampiran 3 Lembar Kuesioner	77
Lampiran 4 Hasil Tabulasi Data Responden.....	79
Lampiran 5 Hasil Pengolahan Data IBM SPSS 25.....	91
Lampiran 6 Tabel R	99
Lampiran 7 Tabel DW	100
Lampiran 8 Hasil Turnitin.....	101
Lampiran 9 Konsultasi Bimbingan	102

