

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI
KOSMETIK WARDAH DI SHOPEE
(Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Di
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi)**

SKRIPSI

Oleh:

NINDI IDHA FELIA

201710325126



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Di Shopee (Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi)

Nama Mahasiswa : Nindi Idha Felia

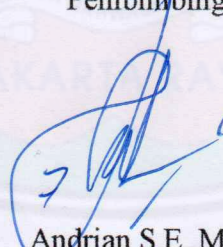
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325126

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Kamis, 28 Januari 2021

Jakarta, 16 Januari 2021

MENYETUJUI,
Pembimbing



Andrian S.E., M.M

NIDN : 0321077102

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Di Shopee (Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi)

Nama Mahasiswa : Nindi Idha Felia

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325126

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi Dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Kamis, 28 Januari 2021

Jakarta, 29 Januari 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA

NIDN : 0309048102

Penguji I : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M

NIDN : 0325057908

Penguji II : Andrian, S.E., M.M

NIDN : 0321077102

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

M. Fadhli Nursal, S.E., M.M

NIDN : 0325057908

Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP

NIDN : 0318107101

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi. Penulisan Skripsi ini dimaksudkan untuk rangka memenuhi salah satu syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

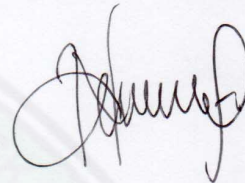
Penulis menyadari bahwa penyusun skripsi ini jauh dari sempurna. Maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca. Namun, penulis menyadari tanpa dukungan dan dorongan dari berbagai pihak, maka penulis Skripsi ini tidak akan terlaksana dan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, Drs, S.H, M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.
2. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.AK, CA, CSRS, CSRA, CMA, CBV, CACP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E. M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.
4. Bapak Andrian, S.E, M.M. selaku Dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan memberikan bimbingan dengan baik selama beberapa bulan ini.
5. Terimakasih kepada Kedua Orang Tua saya Bapak Nurhasan Dan Ibu Cucu Sariningsih dan Adik saya Andhika Prasetia, serta para saudara saya yang selalu memberikan kasih sayang, doa dan dukungan selama ini yang tulus dan ikhlas.
6. Terimakasih kepada Teman-teman Fakultas Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi, khususnya kelas 7B1 angkatan 2017 yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
7. Terimakasih kepada kekasih yang disayangi selalu menemani.

8. Akhir kata penulis berharap kepada tuhan yang maha esa Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tugas akhir atau skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

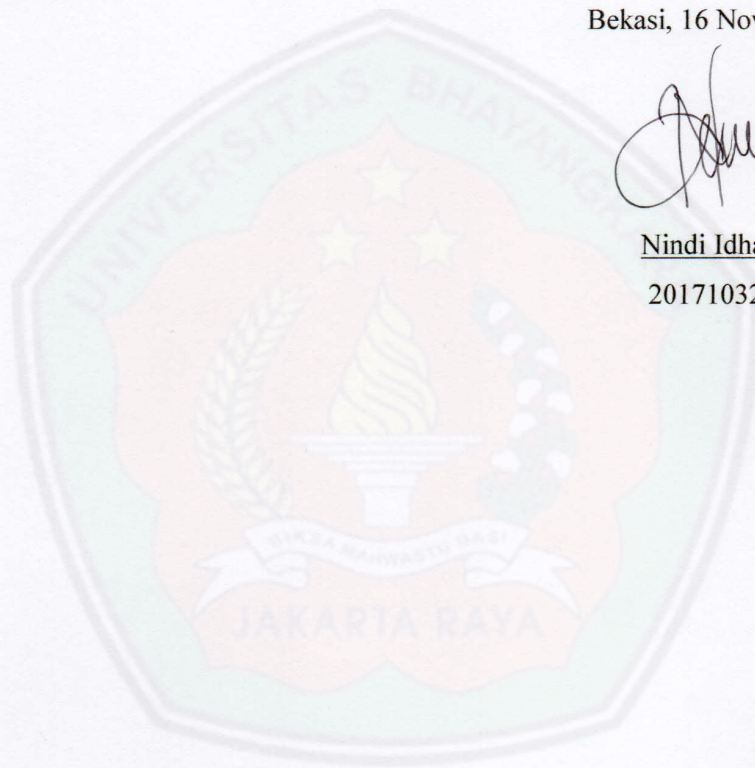
Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun serta informasi yang berguna unntuk menyempurnakaan skripsi ini. Besar harapan penulis agar penulisan skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca.

Bekasi, 16 November 2020



Nindi Idha Felia

201710325126



ABSTRAK

Nindi Idha Felia 201710325126, Pengaruh Persepsi Harga dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah di Shopee.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi harga dan kepercayaan terhadap minat beli kosmetik wardah di shopee. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan uji-T dan uji-F dengan tingkat signifikan 5%. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2017 Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi sebanyak 295, teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin menjadi 169 Responden.

Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji-T, variabel persepsi harga terhadap minat beli memiliki nilai T-hitung sebesar 5,104 lebih besar dari T-tabel sebesar 1,974 sehingga dapat dikatakan variabel persepsi harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli. Uji T-variabel kepercayaan terhadap minat beli memiliki nilai t hitung sebesar 14,116 lebih besar dari T-tabel sebesar 1,974 sehingga dapat dikatakan variabel kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli. Sedangkan hasil uji-F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara positif persepsi harga dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap minat beli dengan nilai F hitung 218,139 dan F tabel sebesar 3,05, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi harga dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat beli.

Kata kunci: Persepsi harga, Minat Beli, kosmetik, wardah

ABSTRACT

Nindi Idha Felia 201710325126, The Influence of Price Perception and Trust on Buying Interest in Wardah Cosmetics at Shopee.

This study aims to determine how much influence the perception of price and trust has on buying interest in Wardah cosmetics at Shopee. This research is quantitative using T-test and F-test with a significant level of 5%. The population in this study were 295 students of Bhayangkara Jakarta Raya University of Management Study Program, Faculty of Economics, the sampling technique used the Slovin formula to become 169 respondents.

The results of hypothesis testing in this study using the T-test, the variable price perception towards purchase intention has a T-value of 5.104 which is greater than the T-table of 1.974 so that it can be said that the price perception variable has a significant effect on purchase intention. The T-test for the trust variable on purchase intention has a t-count value of 14,116 which is greater than the T-table of 1.974 so that it can be said that the trust variable has a significant effect on purchase intention. While the results of the F-test show that there is a positive influence on perceived price and trust together on purchase intention with an F count of 218.139 and F table of 3.05, it can be concluded that the perception of price and trust simultaneously affects purchase intention.

Keywords: *price perception, buying interest, cosmetics, wardah*

LEMBAR PERYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Pengaruh Persepsi Harga dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Di Shopee (Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi)** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 28 Januari 2021

Yang membuat pernyataan



Nindi Idha Felia

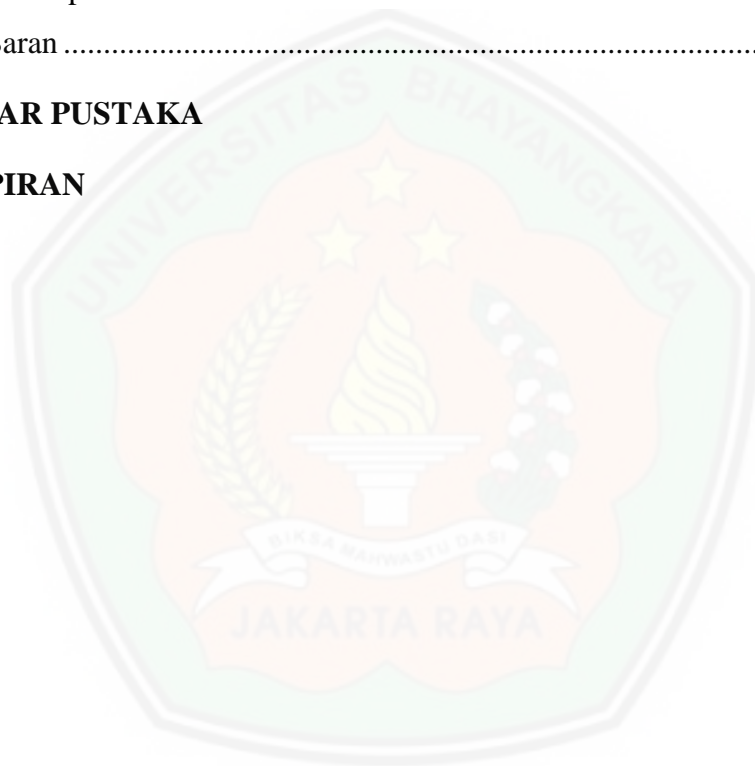
201710325126

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Persepsi Harga	7
2.1.1 Pengertian Persepsi Harga	7
2.1.2 Dimensi Persepsi Harga.....	7
2.1.3 Indikator Persepsi Harga.....	9
2.2 Kepercayaan	9
2.2.1 Pengertian Kepercayaan	9
2.2.2 Dimensi Kepercayaan.....	10
2.2.3 Indikator Kepercayaan.....	11
2.3 Minat Beli	11

2.3.1	Pengertian Minat Beli	11
2.3.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen.....	12
2.3.3	Indikator Minat Beli.....	12
2.4	Penelitian Terdahulu	13
2.5	Kerangka Pemikiran	15
2.6	Hipotesis Penelitian	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		19
3.1	Desain Penelitian	19
3.2	Tahapan Penelitian.....	19
3.3	Model Konseptual Penelitian.....	20
3.4	Definisi Operasional Penelitian	21
3.5	Batasan Operasional	25
3.6	Waktu dan Tempat Penelitian	25
3.7	Populasi dan Sampel	26
3.7.1	Populasi	26
3.7.2	Sampel	26
3.8	Teknik Pengumpulan Data	27
3.9	Jenis dan Sumber Data.....	28
3.10	Metode Analisis Data	28
3.11	Metode Instrumen Data.....	28
3.12	Uji Asumsi Klasik	29
3.13	Uji Analisis Linier Berganda	30
3.14	Uji Hipotesis	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.1.1	Sejarah Wardah.....	33
4.1.2	Visi dan Misi.....	34
4.1.3	Struktur Organisasi	34
4.2	Hasil Penelitian.....	36
4.2.1	Deskripsi Responden	36
4.2.2	Hasil Deskripsi Data	37

4.2.3 Hasil Uji Validitas	37
4.2.4 Hasil Uji Reliabilitas	40
4.2.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	41
4.2.6 Analisis Regresi Linear Berganda	44
4.2.7 Uji t Parsial	45
4.2.8 Uji f Simultan.....	46
4.2.9 Uji Koefisien Determinasi	47
BAB V PENUTUP.....	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Produk Kosmetik Lokal Favorit Indonesia	1
Tabel 1.2	Survei Produk Di E-commerce Indonesia.....	2
Tabel 2.1	Peneliti Terdahulu	13
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	21
Tabel 3.2	Skala Likert	27
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas	39
Tabel 4.3	Hasil Uji Realibilitas	41
Tabel 4.4	Hasil Uji Multikolinearitas.....	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Dimensi Persepsi Harga	8
Gambar 2.2	Kerangka Berpikir	15
Gambar 3.1	Model Konseptual	20
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Wardah.....	35
Gambar 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	36
Gambar 4.3	Hasil Uji Validitas Persepsi Harga.....	38
Gambar 4.4	Hasil Uji Validitas Kepercayaan	38
Gambar 4.5	Hasil Uji Validitas Minat Beli	39
Gambar 4.6	Hasil Uji Realibilitas Persepsi Harga.....	40
Gambar 4.7	Hasil Uji Realibilitas Kepercayaan	40
Gambar 4.8	Hasil Uji Realibilitas Minat Beli	40
Gambar 4.9	Hasil Uji Normalitas	42
Gambar 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas	42
Gambar 4.11	Hasil Uji Heterokedstisitas	44
Gambar 4.12	Analisis Regreasi Linear Berganda	45
Gambar 4.13	Hasil Uji t.....	46
Gambar 4.14	Hasil Uji f	46
Gambar 4.15	Hasil Uji Koefisen Determinasi	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiat	52
Lampiran 2 Uji Referensi.....	53
Lampiran 3 Buku Bimbingan	56
Lampiran 4 Kuisoner Penelitian.....	60
Lampiran 5 Data Responden Kuisoner.....	64
Lampiran 6 Data Kuisoner	69
Lampiran 7 Hasil Olah Data SPSS	75
Lampiran 8 Tabel r.....	80
Lampiran 9 Tabel t.....	85
Lampiran 10 Tabel f.....	90
Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup	95