

**PENAMBAHAN STRATEGI PENJUALAN DARI *OFF-LINE* KE *ONLINE* UNTUK MENINGKATKAN PERSEPSI HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19
(STUDI KASUS TOKO RAIZ BAGS)**

SKRIPSI

Oleh :

Tuzifah Nofrianti

201710325156



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2021

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Penambahan Strategi Penjualan Dari *Off-Line* ke *Online* Untuk Meningkatkan Persepsi Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Dalam Menghadapi Pandemi COVID-19 (studi kasus toko Raiz Bags)

Nama Mahasiswa : Tuzifah Nofrianti

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325156

Program Studi /Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 08 Juli 2021

Jakarta, 12 Juli 2021

MENYETUJI,
Pembimbing



Christophorus Indra Wahyu Putra, M.Si
NIDN : 0331086601

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Penambahan Strategi Penjualan Dari *Off-Line* ke *Online* Untuk Meningkatkan Persepsi Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Dalam Menghadapi Masa Pandemi COVID-19

Nama Mahasiswi : Tuzifah Nofrianti

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325156

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 08 Juli 2021

Jakarta, 12 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji

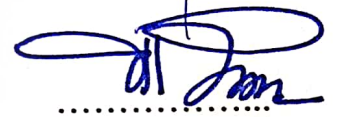
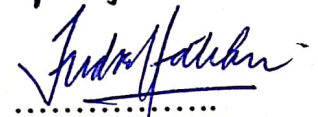
: Matdio Siahaan, S.E, M.M
NIDN : 0413047002

Penguji I

: Christophorus Indra Wahyu Putra, M.Si
NIDN : 0331086601

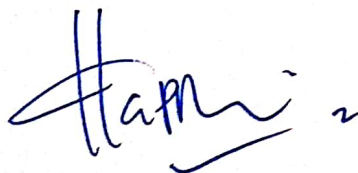
Penguji II

: Ery Teguh Prasetyo, S.E., M.M
NIDN : 0305037705



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN. 0329048302

Dekan

Falkultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP
NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul : “Penambahan Strategi Penjualan Dari *Offline* ke *Online* Untuk Meningkatkan Persepsi Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Dalam Menghadapi Pandemi COVID-19”. Ini merupakan hasil karya 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 dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dengan karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digunakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikan melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 12 Juni 2021

Yang membuat pernyataan,



Tuzifah Nofrianti

ABSTRAK

Tuzifah Novrianti, 201710325156. Penambahan Strategi Penjualan Dari Offline ke Online Untuk Meningkatkan Persepsi Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dalam Menghadapi Pandemi COVID-19. Penelitian ini dilakukan Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan secara parsial dan simultan antara Persepsi Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dalam Menghadapi Pandemi COVID-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh accidental. Populasi dalam penelitian ini adalah customer Toko Raiz Bags yang berjumlah 100 orang. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji parsial yang menunjukkan 9,914 (t-hitung) lebih besar dari 1.66071 (t tabel) dengan nilai yang signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari pada 0,05 yang berarti variabel persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. nilai 5.333(t-hitung) lebih besar dari 1.6607(t tabel) dengan signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti variabel pelayanan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji parsial yang menunjukkan nilai 206.636(f hitung) lebih besar dari 3.09 (f tabel) dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Tuzifah Novrianti, 201710325156. Adding Sales Strategies From Offline to Online To Improve Perception of Prices and Services for Online Purchase Decisions in Facing the COVID-19 Pandemic This study was conducted to determine whether there is a partial and simultaneous significant effect between Price and Service Perceptions on Online Purchase Decisions in Facing the COVID-19 Pandemic. The method used in this research is quantitative method, which in this research uses accidental saturation sampling technique. The population in this study is the customer of the Raiz Bags Store, totaling 100 people. Based on the results of this study indicate that the results of the partial test which show 9.914 (t-count) is greater than 1.66071 (t table) with a significant value of 0.000 smaller than 0.05 which means that the price perception variable chooses a significant influence on purchasing decisions . the value of 5.333 (t-count) is greater than 1.6607 (t table) with a significant 0.000 smaller than 0.05 which means that the service variable has a significant influence on purchasing decisions. Based on the results of the partial test which shows the value of 206.636 (f arithmetic) is greater than 3.09 (f table) with a significant value of 0.000 less than 0.05 so that it can be concluded that the price perception variable has an effect and is significant on purchasing decisions

Keywords: Price Perception, Service, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul ‘Penambahan Strategi Penjualan Dari Offline ke Online Untuk Meningkatkan Persepsi Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dalam Menghadapi Pandemi COVID-19’. Skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H.,M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, M.S.Ak .,CA.,CSRA.,CACP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr.Hadita, S.Pd., M.M selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan dan motivasi semasa perkuliahan.
5. Bapak Christophorus Indra Wahyu Putra S.E..M.SI selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu menyediakan waktu, tenaga, pikiran serta selalu memberikan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penelitian skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen serta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
7. Kepada kedua orang tua saya yang saya cintai yaitu bapak Sudirman dan Ibu Eti Ranggo Wati yang telah memberi arahan dan memberikan motivasi dalam pengerjaan skripsi ini.
8. Kepada adik saya Doni Adi Saputra yang telah menyempatkan waktu nya bagi penulis ketika penulis butuh berpergian.
9. Kepada Devriansyah yang sudah memberikan semangat dan motivasi bagi penulis dalam pengerjaan skripsi ini .

10. Kepada teman seperjuangan saya yaitu , Nisa Febrianti , Jihan Mukhlisin, Dwi Retno Ulan yang telah memberikan masukan dan bantuan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Teman-teman semasa perkuliahan seperti Dewi, Acepe, Olvi, Zata, Ani, Nazila, Azizah dan Tiara serta teman-teman dari kelas Manajemen B2 yang telah memberikan semangat dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
12. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan untuk membangun penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 28 Mei 2021

Penulis



Tuzifah Novrianti

201710325156

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan Masalah.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Pemasaran.....	9
2.1.1 Konsep Bauran Pemasaran	9
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	10
2.2 Persepsi Harga	12
2.2.1 Pengertian Persepsi	12

2.2.2	Pengertian Harga.....	12
2.2.3	Persepsi Harga.....	12
2.2.3	Faktor – Faktor yang mempengaruhi Persepsi Harga.....	13
2.3	Kualitas Pelayanan	14
2.3.1	Faktor – Faktor Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan	15
2.3.2	Dimensi Kualitas Pelayanan	15
2.4	Keputusan Pembelian	16
2.4.1	Proses Keputusan Pembelian	16
2.4.2	Dimensi Keputusan Pembelian.....	17
2.5	Penelitian Terdahulu.....	19
2.6	Kerangka Pemikiran	31
2.6	Hipotesis Penelitian.....	32
	BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1	Desain Penelitian.....	33
3.2	Tahapan Penelitian	33
3.3	Model Konseptual Penelitian	34
3.4	Operasional Variabel.....	34
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian	35
3.5.1	Waktu Penelitian.....	35
3.5.2	Tempat Penelitian.....	35
3.6	Metode Pengambilan Populasi dan Sampel	36
3.6.1	Pengertian Populasi dan Sampel	36
3.6.2	Metode Pengambilan Sampel.....	36
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.8	Metode Analisis Data	37
3.8.1	Uji Validitas	37

3.8.2	Uji Realibilitas	38
3.9	Uji Asumsi Klasik	38
3.9.1	Uji Normalitas	38
3.6.2	Uji Multikolinearitas	38
3.10	Uji Heteroskedastitas	39
3.11	Uji Hipotesis.....	39
3.11.1	Uji F	39
3.11.2	Uji T	40
3.12	Uji Determinasi R2	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		42
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	42
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	42
4.1.2	Visi	43
4.1.3	Misi.....	43
4.2	Hasil Penelitian	43
4.2.1	Hasil Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	43
4.2.2	Identitas Responden	44
4.3	Uji Kualitas Data.....	46
4.3.1	Uji Validitas	46
4.3.2	Uji Realibilitas.....	48
4.4	Uji Asumsi Klasik	49
4.4.1	Uji Normalitas.....	49
4.4.2	Uji Multikolieneritas	50
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	50
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda	51
4.6	Uji Hipotesis.....	52

4.7 Uji Koefisien Determinasi.....	54
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	55
4.8.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	55
4.8.2 Pengaruh Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	55
4.8.3 Pengaruh Harga, Layanan terhadap Keputusan Pembelian	56
BAB V PENUTUP	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Implikasi Manajerial.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59



DAFTAR TABEL

2.1	Tabel Hasil Penelitian Terdahulu	19
3.1	Tabel Oprasional Variabel.....	34
3.2	Tabel Skala Likert	37
4.1	Tabel Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner.....	43
4.2	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.4	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.5	Tabel Uji Validitas Harga.....	46
4.6	Tabel Uji Validitas Pelayanan	47
4.7	Tabel Uji Validitas Keputusan Pembelian	47
4.8	Tabel Uji Multikolinearitas	50
4.9	Tabel Analisis Regresi Linear Berganda	51
4.10	Tabel Uji T	52
4.11	Tabel Uji F.....	53

DAFTAR GAMBAR

2.6	Gambar Kerangka Pemikiran	31
3.1	Gambar Model Konseptual Penelitian.....	34
4.1	Gambar Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.2	Gambar Diagram Responden Berdasarkan Usia	45
4.3	Gambar Uji Normalitas	49
4.4	Gambar Uji Heteroskedasitas.....	50
4.5	Gambar Uji Koefisien Determinasi	54



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 HASIL PLAGIARISM CHECKER-X

LAMPIRAN 2 UJI REFERENSI SKRIPSI

LAMPIRAN 3 UJI KUESIONER PENELITIAN

LAMPIRAN 4 TABEL TABULASI

LAMPIRAN 5 HASIL UJI SPSS

LAMPIRAN 6 DOKUMENTASI

