

**PENGARUH INSTAGRAM *ADVERTISING*, PERSEPSI
HARGA, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MAKANAN KUCING BOLT DI JUAN
PETSHOP**

SKRIPSI

Oleh :

JUAN DAVALA AFRIZAL

202010325283



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2024**

Lembar Persetujuan

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : pengaruh instagram *advertising*, persepsi harga, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk makanan kucing bolt di juan petshop

Nama Mahasiswa : Juan Davala Afrizal

Nomor Pokok : 202010325283

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2024

Jakarta, 30 Juli 2024

BIKSA MAHWASTU
MENYETUJUI

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Dewi Sri Woelandari P.G., SE., M.Sc


Ferawaty Puspitorini, S.S., M.Pd

NIDN 0303017106

NIDN 0306028501

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Instagram Advertising, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kacang Bolt Di Juan Petshop

Nama Mahasiswa : Juan Davala Afrizal

Nomor Pokok : 202010325283

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2024

Jakarta, 31 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Agus Dharmanto, SE, MM
0305087310

Sekretaris Tim Penguji : Nita Komala Dewi, S.I.KOM., M.M
0314048302

Penguji : Dr. Dewi Sri Wulandari, SE., M.Sc
0303017106

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Juan Davala Afrizal
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325283
Tempat, Tanggal Lahir : Balikpapan, 26 Juni 2002
Alamat : Taman Tridaya Indah 1 B12 No12 Rt.03 Rw.09
Tridayasakti, Tambun Selatan

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh Instagram Advertising, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kucing Bolt Di Juan Petshop . Skripsi ini adalah 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 dikemudian 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 memberi 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.

Jakarta, 25 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,


Juan Davala Afrizal

202010325283

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Instagram *Advertising*, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kucing Bolt Di Juan Petshop. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dengan mengambil responden di Juan Petshop. Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 150 responden. Analisis data menggunakan software SPSS. Berdasarkan hasil uji Hal ini terlihat dari nilai t hitung yang mempunyai tingkat signifikansi (kurang dari 0,05) lebih besar dibandingkan dengan t tabel. sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh. hasil pengujian Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Bolt di Juan Petshop. Fakta bahwa lebih besar dari tabel dengan tingkat signifikansi (sedikit di bawah 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh. Hasil penelitian menunjuka bahwa: (1) Instagram *advertising* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (2) persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (3) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (4) instagram *advertising*, persepsi harga, kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Instagram *Advertising*, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of Instagram Advertising, Price Perception, Service Quality on Purchase Decisions for Bolt Cat Food Products at Juan Petshop. The research method used is quantitative research. The sampling technique was by taking respondents at Juan Petshop. The population in this study was 150 respondents. Data analysis using SPSS software. Based on the test results, this can be seen from the calculated t value which has a significance level of (less than 0.05) which is greater than the t table so it can be concluded that there is an influence. Price Perception test results have a positive and significant effect on purchasing decisions for Bolt Products at Juan Petshop. The fact that is greater than tables with a significance level of (slightly below 0.05) means that it can be concluded that there is an influence. The research results show that: (1) Instagram advertising influences purchasing decisions. (2) price perceptions influence purchasing decisions. (3) service quality influences purchasing decisions. (4) Instagram advertising, price perception, service quality simultaneously influence purchasing decisions.

Keywords : Instagram Advertising, Price Perception, Service Quality

Kata Pengantar

Puji syukur atas kehadiran Allah S.W.T karena berkah rahmat, hidayah, serta karunia-Nya. Terima kasih kepada Bapak Heru Susilo dan Ibu Eka Wiji Kurniawati selaku orang tua yang selama ini sudah mendukung, merawat, dan menyokong keperluan saya dalam hidup sampai saat ini sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH INSTAGRAM ADVERTISING, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BOLT DI JUAN PETSHOP”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi program S1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Tentu, skripsi ini dibuat dengan sebenar-benarnya dengan doa dan dukungan dari orang tua dan teman-teman tercinta.

Saya menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T. M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

4. Dr. Dewi Sri Woelandari P.G, SE, M.Se selaku Dosen Pembimbing I dan Ferawaty Puspitorini S,S., M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberi bimbingan, dukungan serta ilmu dalam menyelesaikan skripsi.
5. Agus Dharmanto, SE, MM selaku ketua tim penguji dan Nita Komala Dewi, S.I.KOM., M,M selaku Sekretaris Tim Penguji yang selalu memberi bimbingan, dukungan serta ilmu dalam menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh staff dan Dosen Program Studi Fakultas Ilmu Manajemen yang telah membantu dan memberikan ilmu kepada saya.
7. Asri Ayu Adisti, Surya Ramadhan, Rizki ramadhan dan selaku teman-teman seperjuangan yang telah membantu dan memberikan dukungan, motivasi serta semangat kepada penulis.
8. Teman-teman Angkatan 2020 Fakultas Ilmu Manajemen.

Penulis berharap agar proposal skripsi ini dapat menjadi masukan dan manfaat bagi kita semua. Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna, meskipun demikian penulis berusaha semaksimal mungkin agar penyusunan proposal skripsi ini berhasil dengan sebaik – baiknya sehingga dapat diterima dan disetujui pada seminar proposal skripsi.

Bekasi, April 2024



Juan Davala Afrizal

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	iii
BAB I.....	xii
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Sistematika tugas akhir	7
BAB II	9
TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Telaah teoritis	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.1.1 Pengertian pemasaran.....	9
2.1.1.2 Tujuan pemasaran	9
2.1.1.3 Fungsi Pemasaran	10
2.1.1.4 Strategi Pemasaran	11
2.1.1.5 Bauran pemasaran	12
2.1.1.6 Instagram <i>Advertising</i>	14
2.1.1.7 Pengertian Instagram <i>Advertising</i>	14
2.1.1.8 Tujuan instagram <i>advertising</i>	16
2.1.1.9 Indikator Instagram <i>advertising</i>	18
2.1.2 Persepsi Harga	19
2.1.2.1 Pengertian Persepsi Harga	19
2.1.2.2 Tujuan Penetapan Harga	20
2.1.2.3 Indikator Harga	21
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	21
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	22
2.1.3.2 Prinsip Kualitas Pelayanan	22

2.1.3.3 Indikator kualitas Pelayanan.....	24
2.1.4 Keputusan Pembelian	25
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.1.4.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	25
2.2 Telaah Empiris.....	25
2.3 Kerangka konseptual	33
2.4 Hipotesis	34
2.4.1 pengaruh instagram <i>advertising</i> terhadap keputusan pembelian...	35
2.4.2 pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian	35
2.4.3 pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.....	35
2.4.4 pengaruh instagram <i>advertising</i> , persepsi harga, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.....	36
BAB III.....	37
METODE PENELITIAN	37
3.1 Desain Penelitian	37
3.2 Tahap penelitian.....	38
3.2.1 Tahap perencanaan penelitian.....	38
3.2.2 Tahap pelaksanaan penelitian	38
3.2.3 Tahap penulisan laporan penelitian.....	38
3.3 Populasi dan sampel	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 sampel	39
3.4 Model konseptual penelitian	40
3.5 Operasional Variabel	40
3.5.1 Definisi operasional variabel	40
3.6 Definisi variabel	40
3.7 Tempat dan Waktu penelitian	42
3.8 Teknik pengumpulan data.....	42
3.9 Instrumen penelitian	43
3.9.1 Teknik Analisis Data	44
3.9.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
3.10 Uji Hipotesis.....	47

BAB IV	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Karteristik Responden	49
4.1.1 Usia Responden	49
4.1.2 Jenis Kelamin Responden	50
4.1.3 Pekerjaan Responden	50
4.2 Uji Instrumen Penelitian	51
4.2.1 Uji Validitas	51
4.2.2 Uji Reliabilitas	53
4.3 Uji Asumsi Klasik	53
4.3.1 Uji Normalitas	53
4.3.2 Uji Multikolinieritas	56
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	57
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	58
4.4.1 Persamaan Regresi	59
4.5 Uji Hipotesis	60
4.5.1 Uji T (Parsial)	60
4.5.2 Uji F (Simultan)	62
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	63
BAB V	65
PENUTUP	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	65
REFERENSI	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Produk Pada Toko Juan Petshop	3
Tabel 1. 2 Perbandingan Harga Toko Produk Bolt.....	4
Tabel 2. 1 Literatur Review Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	41
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	49
Tabel 4. 2 Usia Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	51
Tabel 4. 4 Uji Validitas.....	52
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas Variabel	53
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas One-sample Kolmogrov.....	54
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinieritas	56
Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedstas	57
Tabel 4. 9 Persamaan Regresi	59
Tabel 4. 10 Uji t	60
Tabel 4. 11 Uji f	62
Tabel 4. 12 Uji Koefisiensi Determinasi.....	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual	34
Gambar 3. 2 Metode Konseptual	40
Gambar 4. 1 Hitogram	55
Gambar 4. 2 P-P Plot.....	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme	71
Lampiran 2 Uji Refrensi	72
Lampiran 3 Data Kuesioner Penelitian	75
Lampiran 4 Data Tabulasi	80
Lampiran 5 Buku Bimbingan.....	92
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	95

