

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK ELLIPS 5 IN 1 HAIR VITAMIN
MELALUI APLIKASI SHOPEE**

SKRIPSI

OLEH:

ANNISA DEWI AMBARWATI

202010325230



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi
Penjualan Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Ellips 5 in 1 Hair
Vitamin Melalui Aplikasi Shopee

Nama Mahasiswa : Annisa Dewi Ambarwati

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325230

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2024

Jakarta, 25 Juli 2024

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Joseph Martinio Jocien Renwarin, S.E., M.M

Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M

NIDN. 0313036802

NIDN. 0314118601

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi
Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Ellips 5 in 1 Hair Vitamin Melalui
Aplikasi Shopee

Nama Mahasiswa : Annisa Dewi Ambarwati

Nomor Pokok : 202010325230

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2024

Jakarta, 25 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Ir. Djuni Thamrin, M.Sc., Ph.D
NIDN. 0307066401

Sekretaris Tim Penguji : Matdio Siahaan, S.E., M.M
NIDN. 0413047002

Penguji : Dr. Joseph Martinio Jocien Renwarin, S.E., M.M
NIDN. 0313036802



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

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

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Annisa Dewi Ambarwati

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325230

Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 26 November 2001

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ellips 5 in 1 Hair Vitamin Melalui Aplikasi Shopee". 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 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.

Jakarta, 25 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Annisa Dewi Ambarwati

202010325230

ABSTRAK

Top of mind merupakan urutan tertinggi dalam tingkatan kesadaran sebuah brand atau sebuah merek. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pembelian produk *Ellips 5 in 1 hair vitamin* melalui aplikasi Shopee. Penelitian ini dilakukan pada pengguna prouduk *Ellips 5 in 1 hair vitamin* di wilayah Kelurahan Teluk Pucung dengan sampel sebanyak 150 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan bantuan *software* SmartPLS 4. Hasil penelitian ini adalah : 1) Persepsi harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Ellips 5 in 1 hair vitamin* melalui aplikasi shopee ; 2) Promosi penjualan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Ellips 5 in 1 hair vitamin* melalui aplikasi shopee.

Kata kunci : Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Top of mind is the highest order in the level of awareness of a brand or brands. The purpose of this research is to determine the influence of price perceptions and sales promotions on purchasing decisions to purchase Ellips 5 in 1 hair vitamin products through the Shopee application. This research was conducted on Proudruk Ellips 5 in 1 hair vitamin users in the Teluk Pucung Village area with a sample of 150 respondents. The method used in this research is a quantitative method with the help of SmartPLS 4 software. The results of this research are: 1) Price perception has a significant and influential effect on purchasing decisions for Ellips 5 in 1 hair vitamin products via the Shopee application; 2) Sales promotions have a significant and influential effect on purchasing decisions for Ellips 5 in 1 hair vitamin products via the Shopee application.

Keywords: Price Perception, Sales Promotion, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkah dan rahmat-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ELLIPS 5 IN 1 HAIR VITAMIN MELALUI APLIKASI SHOPEE”**. Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan, saran dan motivasi dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Heni Rohaeni S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Dr. Joseph Martinio Jocien Renwarin, SE., MM. Selaku dosen pembimbing 1 dan Dr. Muhammad Richo Rianto, SE., MM selaku dosen pembimbing 2.
6. Kedua orang tua yang telah memberikan doa, motivasi, bimbingan, nasihat dan segalanya yang telah diberikan pada penulis.

7. Dita andarestri sulistyaningrum selaku saudara kandung tercinta, terima kasih untuk bimbingannya dan dukungan moril sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi.
8. Teman sekaligus sahabat Ratna Aulia Febriyani yang telah memberi dukungan dan semangat.
9. Rizka, Alysha, Putri, Jasmine, Angga selaku teman kuliah yang telah memberikan semangat dan optimisme dalam mengerjakan semua ini sampai selesai.
10. Teman seperjuangan skripsi yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan sangat berguna untuk menghasilkan karya yang lebih baik bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, 25 Juli 2024



Annisa Dewi Ambarwati

202010325230

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Tugas Akhir	14
BAB II TELAHAH PUSTAKA	16
2.1 Telaah Teoritis.....	16
2.1.1 Manajemen <i>Modern</i>	16
2.1.2 Manajemen Pemasaran <i>Modern</i>	17
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	18
2.1.4 Bauran Pemasaran	21
2.1.5 Keputusan Pembelian	23
2.1.6 Persepsi Harga	28
2.1.7 Promosi Penjualan	34
2.2 Telaah Empiris.....	37
2.3 Kerangka Penelitian.....	40
2.4 Penentuan Hipotesis	40
2.4.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk.....	40

2.4.2 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Produk Ellips 5 in 1 hair vitamin melalui Aplikasi Shopee	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Desain Penelitian.....	43
3.2 Populasi dan Sampel.....	43
3.2.1 Populasi	43
3.2.2 Sampel	43
3.3 Jenis dan Sumber Data	44
3.3.1 Jenis Data.....	44
3.3.2 Sumber Data	45
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya.....	45
3.4.1 Variabel	45
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	46
3.4.3 Skala Pengukuran	48
3.5 Metode Analisa Data dan Pengujian Hipotesis	48
3.5.1 <i>Outer Model</i>	49
3.5.2 <i>Inner Model</i>	51
3.5.3 Pengujian Hipotesis	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Hasil.....	53
4.1.1 Gambaran Umum	53
4.1.2 Identitas Responden.....	55
4.1.3 Analisa Data	58
4.2 Pembahasan	67
4.2.1 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian	67
4.2.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Simpulan.....	70
5.2 Saran.....	70

5.2.1 Saran Manajerial.....	70
5.2.2 Saran Penelitian Selanjutnya	73
5.3 Keterbatasan Hasil Penelitian.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	78



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 4 <i>E-Commerce</i> dengan Jumlah Penjualan Ellips di Indonesia.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	47
Tabel 3.2 Skor Pernyataan	48
Tabel 3.3 Kriteria Evaluasi <i>Inner Model</i>	51
Tabel 4.1 Hasil <i>Outer Loading</i> Awal.....	59
Tabel 4.2 Hasil <i>Outer Loading</i> Akhir	60
Tabel 4.3 Hasil <i>Cross Loading</i>	61
Tabel 4.4 Hasil <i>Average Variant Extracted (AVE)</i>	62
Tabel 4.5 Hasil <i>Cronbach Alpha</i>	62
Tabel 4.6 Hasil <i>Composite Reliability</i>	63
Tabel 4.7 Hasil Pengujian <i>R-Square</i>	64
Tabel 4.8 Hasil Pengujian <i>Q-Square Predictive Relevance</i>	65
Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>F-Square</i>	65
Tabel 4.10 Hasil Pengujian T-Statistik	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat Merek Vitamin Rambut	1
Gambar 1.2 Jumlah Terjual Produk Ellips pada E-Commerce Shopee	5
Gambar 1.3 Diagram Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin.....	6
Gambar 1.4 Diagram Kuesioner Berdasarkan Usia	6
Gambar 1.5 Diagram Kuesioner Berdasarkan Pekerjaan.....	7
Gambar 1.6 Diagram Kuesioner Berdasarkan Pendapatan	7
Gambar 1.7 Diagram Kuesioner Berdasarkan Pembelian Produk	8
Gambar 1.8 Diagram Kuesioner Berdasarkan Ketertarikan Pembelian.....	9
Gambar 1.9 Diagram Kuesioner Berdasarkan Faktor Persepsi Harga Menurunkan Keputusan Pembelian	10
Gambar 1.10 Diagram Kuesioner Berdasarkan Faktor Promosi Penjualan Menurunkan Keputusan Pembelian	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Konseptual.....	40
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	57
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	57
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	58
Gambar 4.7 <i>Outer Model</i>	59
Gambar 4.8 <i>Inner Model</i>	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Uji Plagiarisme	79
Lampiran 2: Uji Referensi Skripsi	81
Lampiran 3: Data Statistik	87
Lampiran 4: Kuesioner Penelitian.....	88
Lampiran 5: Tabulasi Data.....	91
Lampiran 6: Hasil Uji Smart PLS	94
Lampiran 7: Titik Persentase Distribusi T (T-Tabel).....	98
Lampiran 8: Kartu Konsultasi Bimbingan	99
Lampiran 9: Formulir Pendaftaran Ujian Skripsi.....	102
Lampiran 10: Daftar Riwayat Hidup.....	103

