

**STUDI EKSPERIMEN *DECOY EFFECT* DALAM KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN INDUSTRI JASA SALON DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Monica Marchela Hadisantoso

NPM : 17 03 23463

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2021

Skripsi

**STUDI EKSPERIMEN *DECOY EFFECT* DALAM KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN INDUSTRI JASA SALON DI YOGYAKARTA**



Disusun oleh :

MONICA MARCHELA HADISANTOSO

NPM : 17 03 23463

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "Budi Suprpto", is written over the name of the supervisor.

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 583/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 4 Juni 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

1. Dr. Dra. J. Ellyawati, MM. (Ketua Penguji)
2. Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. (Anggota)
3. Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. (Anggota)

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Monica Marchela Hadisantoso
NPM : 170323463

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini Monica Marchela Hadisantoso telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.
FASIS DAN EKONOMIKA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul :

STUDI EKSPERIMEN *DECOY EFFECT* DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDUSTRI JASA SALON DI YOGYAKARTA

Merupakan hasil karya saya sendiri. Baik pernyataan, ide, maupun kutipan secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain, telah saya nyatakan secara tertulis pada skripsi ini dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, baik sebagian maupun seluruh dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 21 April 2021

Yang menyatakan



Monica Marchela Hadisantoso

KATA PENGANTAR

Puji syukur serta terima kasih saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan rahmat serta kasih karuniaNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “STUDI EKSPERIMEN *DECOY EFFECT* DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDUSTRI JASA SALON DI YOGYAKARTA”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi ini, saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, maka skripsi ini tidak akan terselesaikan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada mereka yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini. Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan berkat serta anugerah yang melimpah, kemurahan, dan kasih setia-Nya dalam kehidupan saya.
2. Bapak Drs. Budi Suprpto, MBA.,Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, memberikan bimbingan, nasehat serta mendampingi selama penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
3. Seluruh dosen yang telah mengajar saya dari semester satu hingga kini bisa menyelesaikan pendidikan perkuliahan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Orang-orang terpenting dalam hidup:
 - Mami yang selalu berjuang merawat, mendampingi, dan mendoakan sehingga bisa menyelesaikan pendidikan sampai sejauh ini.

- Uwak Shinwa yang telah membantu dan membiayai sehingga saya dapat berkuliah dan menyelesaikan hingga akhir.
 - Cicik terkasih Yovita Stefani Hadisantoso, Koko-koko Yonathan Rendy Budiman Hadisantoso, Ivan Yana Putra, pacar tercinta Jonathan Evan Soemito yang selalu menyemangati agar segera menyelesaikan skripsi ini.
 - Papi yang telah hadir dalam kenangan masa kecil dan berusaha membiayai kehidupan saya sampai sejauh ini.
 - Diri sendiri atas berkat Tuhan yang terus berusaha semangat untuk selalu melakukan yang terbaik dan bersyukur.
5. Sahabat-sahabat seperjuangan di UAJY Tania Tirtanata, Cynthia Lalang, Liana Christiani, Gabrielle Arga, Julien Augustine, dan Axel Ananta.
 6. Sahabat-sahabat tersayang yang menemani dalam suka dan duka, menghibur, terutama atas kebersamaan selama ini :

Yovita, Acha, Audrey, Hana, Elvina, Dhea, Hansen, Edric, Wang, Melvin, Yeski, Caca, Gaby, Ayu, Sischa, Alek, Jeje, Ivan.
 7. Bangtan Sonyeondan (BTS) : Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, *and the special one* Jeon Jungkook, selaku idola saya atas kisah yang sangat menginspirasi, perjuangan yang luar biasa, dan seluruh karya mereka yang menemani dalam penulisan skripsi dari awal hingga akhir.
 8. Seluruh responden yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membantu mengisi kuesioner penelitian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

9. Claudia Marchella selaku kakak tingkat yang sebelumnya meneliti topik yang sama, atas masukan dan bimbingan untuk membantu skripsi penulis.
10. Seluruh saudara dan teman-teman yang selalu mendukung dan membantu penulis selama ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, saya menyadari penuh bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena menyadari segala keterbatasan yang ada. Untuk itu, saya mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Kiranya skripsi ini dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pembaca.

Yogyakarta, 21 April 2021

Penulis



Monica Marchela Hadisantoso

MOTTO

Do not be anxious about anything, but in every situation, by prayer and petition, with thanksgiving, present your requests to God.

Philippians 4:6

**IF YOU CAN'T DO GREAT THINGS, DO SMALL THINGS IN A
GREAT WAY**

- NAPOLEON HILL -

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
Abstrak.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Batasan Masalah.....	4
1.3. Rumusan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Sistematika Penulisan	6
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. <i>Decoy Effect</i>	9
2.1.2. Perilaku Konsumen	10
2.1.3. Harga.....	11
2.1.4. Persepsi Konsumen	13
2.1.5. Keputusan Pembelian.....	17
2.2. Bias-bias Pada Studi Eksperimental.....	22
2.3. Penelitian Terdahulu	21
2.4. Kerangka Penelitian.....	24
2.5. Pengembangan Hipotesis.....	24

BAB III.....	25
METODE PENELITIAN	28
3.1. Data dan Sumber Data.....	28
3.2. Alat Analisis	29
3.2.1. Chi-Square – Cross Tab	30
3.2.2. Uji Beda (Paired Sample T-Test).....	31
3.3. Pilot Study	33
3.4. Definisi Operasional Variabel	40
3.4.1. Pilihan Sebelum Strategi Decoy Effect.....	41
3.4.2. Pilihan Sesudah Strategi Decoy Effect	41
3.4.3. Demografi	42
BAB IV	46
ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Karakteristik Responden.....	46
4.2. Hubungan antara faktor demografi dengan <i>decoy effect</i> terhadap ketiga salon.....	47
4.2.1. Hubungan demografi dengan <i>decoy effect</i> terhadap salon A.....	48
4.2.2. Hubungan demografi dengan <i>decoy effect</i> terhadap salon B	50
4.2.3. Hubungan demografi dengan <i>decoy effect</i> terhadap salon C	56
4.3. Pembahasan.....	58
BAB V.....	60
PENUTUP.....	60
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Implikasi Manajerial.....	61
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	66

DAFTAR TABEL

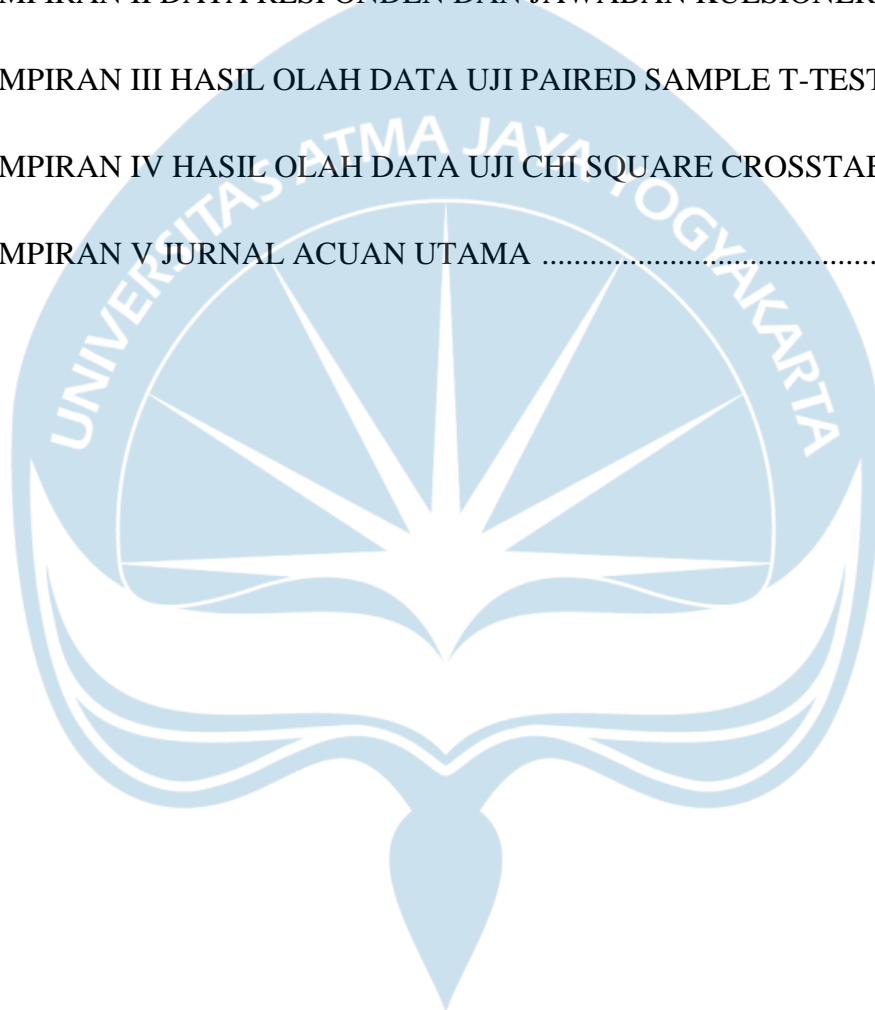
Tabel 2.2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4.2.1 Uji Paired Sample T-test Salon A	44
Tabel 4.2.1.1 Uji Crosstabs Salon A Dengan Usia	45
Tabel 4.2.1.2 Presentase Uji Crosstabs Salon A Dengan Usia	45
Tabel 4.2.1.3 Uji Crosstabs Salon A Dengan Tingkat Pendapatan.....	46
Tabel 4.2.1.4 Presentase Uji Crosstabs Salon A Dengan Tingkat Pendapatan	47
Tabel 4.2.2 Uji Paired Sample T-test Salon B	48
Tabel 4.2.2.1 Uji Crosstabs Salon B Dengan Usia	48
Tabel 4.2.2.2 Presentase Uji Crosstabs Salon B Dengan Usia.....	49
Tabel 4.2.2.3 Uji Crosstabs Salon B Dengan Tingkat Pendapatan	50
Tabel 4.2.2.4 Presentase Uji Crosstabs Salon B Dengan Tingkat Pendapatan	50
Tabel 4.2.3 Uji Paired Sample T-test Salon C	51
Tabel 4.2.3.1 Uji Crosstabs Salon C Dengan Usia	52
Tabel 4.2.3.2 Presentase Uji Crosstabs Salon C Dengan Usia.....	53
Tabel 4.2.3.3 Uji Crosstabs Salon C Dengan Tingkat Pendapatan	54
Tabel 4.2.3.4 Presentaase Uji Crosstabs Salon C Dengan Tingkat Pendapatan	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Model Keputusan Pembelian Konsumen	3
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian	23
Gambar 3.1. Penentuan Produk Target Pilihan Jasa Salon A	30
Gambar 3.2. Penentuan Produk Kompetitor Pilihan Jasa Salon A	31
Gambar 3.3. Penentuan Produk Decoy Pilihan Jasa Salon A	32
Gambar 3.4. Penentuan Produk Target Pilihan Jasa Salon B	33
Gambar 3.5. Penentuan Produk Kompetitor Pilihan Jasa Salon B	34
Gambar 3.6. Penentuan Produk Decoy Pilihan Jasa Salon B	35
Gambar 3.7. Penentuan Produk Target Pilihan Jasa Salon C	36
Gambar 3.8. Penentuan Produk Kompetitor Pilihan Jasa Salon C	36
Gambar 3.9. Penentuan Produk Decoy Pilihan Jasa Salon C	37

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER.....	67
LAMPIRAN II DATA RESPONDEN DAN JAWABAN KUESIONER.....	76
LAMPIRAN III HASIL OLAH DATA UJI PAIRED SAMPLE T-TEST	152
LAMPIRAN IV HASIL OLAH DATA UJI CHI SQUARE CROSSTABS ...	155
LAMPIRAN V JURNAL ACUAN UTAMA	169



**STUDI EKSPERIMEN *DECOY EFFECT* DALAM KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN INDUSTRI JASA SALON DI
YOGYAKARTA**

Monica Marchela Hadisantoso

Budi Suprpto

**Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jalan Babarsari 43 – 44, Yogyakarta**

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran *decoy effect* terhadap keputusan pembelian konsumen, dengan obyek penelitian industri jasa salon yang berada di Yogyakarta. Data yang digunakan merupakan data primer dimana data tersebut diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada 200 responden wanita dengan perbedaan usia dan tingkat pendapatan. Kuesioner tersebut didistribusikan melalui *google form*. Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa *true experimental design* dan *chi-square crosstabs* sebagai alat analisis deskriptif dan didukung pula dengan *two paired sample t-test* sebagai uji signifikansi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *decoy effect* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Akan tetapi, strategi *decoy effect* tidak sepenuhnya berhasil diterapkan untuk meningkatkan jumlah produk target. Sebab, berdasarkan hasil penelitian ini, hanya konsumen dengan generasi X saja yang berhasil dipengaruhi, namun tidak mengatakan sepenuhnya berpengaruh positif, atau berhasil. Sehingga kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi *decoy effect* tidak berhasil meningkatkan jumlah produk target pada industri jasa salon dikarenakan faktor penetapan harga yang masih kurang dikelola untuk meningkatkan kepekaan konsumen terhadap *decoy effect*.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *Decoy Effect*, Keputusan Pembelian, Perilaku Konsumen, Harga.