

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ERIGO DI
APLIKASI SHOPEE (STUDI: PRODUK *HOODIE* DAN *T-SHIRT*)**

Skripsi

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Nama: Eka Jiwatha Dharma

NPM: 200325720

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

Lembar Pengesahan

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN ERIGO DI APLIKASI SHOPEE (STUDI: PRODUK
HOODIE DAN T-SHIRT)



Disusun Oleh:

Eka Jiwatha Dharma

NPM: 200325720

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing,


Dr. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

25 Juli 2024

Skripsi

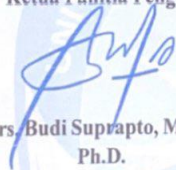
**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN ERIGO DI APLIKASI SHOPEE (STUDI: PRODUK
HOODIE DAN T-SHIRT)**

yang telah dipersiapkan dan disusun oleh
Eka Jiwatha Dharma
NPM: 200325720

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 18 Juli 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen


SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



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

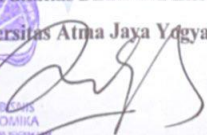
Anggota Panitia Penguji


Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.


**Vonezyo Yupanzara Dharomesz, SE.,
MBA**

Yogyakarta, 25 Juli 2024


**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**


Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D.

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ERIGO DI APLIKASI SHOPEE (STUDI: PRODUK *HOODIE* DAN *T-SHIRT*)

Merupakan benar hasil karya saya sendiri. Segala bentuk tulisan, pernyataan, dan kutipan yang bersumber dari tulisan maupun bacaan yang bersumber dari hasil orang lain telah dicantumkan ke dalam skripsi ini. Jika dikemudian hari terdapat adanya plagiasi pada penelitian skripsi ini maka, gelar dan ijazah yang saya dapatkan dinyatakan batal dan saya akan kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 7 Juni 2024

Yang Menyatakan



Eka Jiwatha Dharma

Kata Pengantar

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, karunia, dan Rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan penelitian skripsi ini dengan baik. Penelitian dengan judul “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Erigo Di Aplikasi Shopee (Studi: Produk *Hoodie* Dan *T-Shirt*)” ini dilakukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana (S1) Manajemen pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dapat terselesaikan karena adanya bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini, penulis juga hendak mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah senantiasa memberikan bimbingan, bantuan dan dukungan dalam terselesainya penulisan skripsi ini, antara lain:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan karunia pada penulis, sehingga penulis diberikan kesehatan dan kemudahan dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Seluruh dosen, *staff*, dan karyawan UAJY terkhusus FBE UAJY yang telah memberi ilmu dan pengalaman pada penulis ketika berada dalam masa studi.
3. Budi Suprpto, Drs., MBA., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, mendampingi, memberi masukan, dan membantu dalam proses penyusunan penelitian ini sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan tepat waktu.
4. Keluarga saya yang tercinta, Bapak Ir. Ekapria Dharana Kubontubuh, M.Si., Ibu I Gusti Agung Ayu Wahyuni, ST., M.Si., dan kakak saya Anita Eka Dharanita, S.Ds yang selalu mendoakan, menemani, memberikan dukungan baik secara materi dan moral, sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian dan studi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

5. Teman-teman “Podjo Gank” yaitu Ryan, Deva, Kentung, Dedek, Komeng, Krisna, Dutha, Mega, Holger, Dekik, dan Dewa yang senantiasa mendampingi, mendoakan, memberi dukungan, dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman “Kudeta” Riko, Iven, Rino, Gung Arya, Budi, Rano, Erwin, Yoel, Dewangga, dan Andre yang telah selalu memberikan dukungan, membantu, dan berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi.
7. Teman-teman bimbingan skripsi pak Budi yang telah menjadi teman seperjuangan dan saling membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.
9. Seluruh teman penulis dan keluarga besar yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendoakan, memberi semangat dan bantuan dalam menyelesaikan penelitian ini

Penulis



Eka Jiwatha Dharma

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	iv
DAFTAR ISI	vi
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2. Manfaat Praktis	4
1.5. Sistematika penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1. Promosi.....	6
2.2. Harga	7
2.3. Keputusan Pembelian	9
2.4. Penelitian Dahulu	11
2.5. Pengembangan Hipotesis.....	15
2.6. Gambar Model Penelitian.....	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1 Jenis Penelitian	18
3.2 Objek Penelitian	18
3.3 Subjek Penelitian.....	19
3.4 Populasi	19
3.5 Sampel Penelitian	20
3.6 Metode Pengambilan Sampel.....	20
3.7 Metode Pengumpulan Data	23
3.8 Metode Pengujian Instrumen.....	24
3.8.1 Validitas	24
3.9 Reliabilitas.....	25
3.10 Teknik Analisis Data.....	25
3.11 Metode Analisis Data	26
3.11.1 Uji R-Square	26

3.11.2	Uji <i>F-square</i>	26
3.12	Uji Hipotesis	26
Bab IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		28
4.1	Analisis Profil Responden	28
4.1.1	Profil Responden berdasarkan Usia	28
4.1.2	Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin	29
4.1.3	Profil Responden berdasarkan Pekerjaan	30
4.2	Analisis Data	30
4.2.1	Analisis Structural Equation Modeling – Partial Least Square (SEM – PLS) 30	
4.2.2	Outer Model	31
4.2.3	Inner Model	36
4.2.4	Uji Hipotesis	37
4.3	Pembahasan	40
4.3.1	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	40
4.3.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	41
4.4	Perbandingan Jurnal Utama dengan Penelitian saat ini	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		44
5.1	Kesimpulan	44
5.1.1	Kesimpulan Profil Responden	44
5.1.2	Kesimpulan Uji Hipotesis	44
5.2	Implikasi Manajerial	45
5.3	Keterbatasan Penelitian	46
5.4	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	47
Daftar Pustaka		48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 E-Commerce paling sering dikunjungi	3
Gambar 2. 1 Gambar Model Penelitian	17
Gambar 4. 1 Diagram jalur	31
Gambar 4. 2 Outer Model	32
Gambar 4. 3 Model Struktural (Bootstrapping Calculation).....	38

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	21
Tabel 4. 1 Profil Responden berdasarkan Usia	28
Tabel 4. 2 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4. 3 Profil Responden berdasarkan Pekerjaan	30
Tabel 4. 4 Nilai Outer Loading (Loading Factors)	32
Tabel 4. 5 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	33
Tabel 4. 6 Nilai Cross Loadings	34
Tabel 4. 7 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	35
Tabel 4. 8 Nilai R-Square	36
Tabel 4. 9 Nilai F-Square	36
Tabel 4. 10 Path Coefficients	38
Tabel 4. 11 Perbandingan Jurnal Utama dengan Penelitian saat ini	42

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I: JURNAL UTAMA

LAMPIRAN II: PERTANYAAN KUESIONER

LAMPIRAN III: JAWABAN RESPONDEN

LAMPIRAN IV: HASIL ANALISIS DATA

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN ERIGO DI APLIKASI SHOPEE (STUDI
KASUS: PRODUK *HOODIE* DAN *T-SHIRT*)**

Disusun Oleh:

Eka Jiwatha Dharma

Pembimbing:

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

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

ABSTRAK

Beberapa tahun terakhir, industri *fashion* lokal mengalami peningkatan signifikan, ditandai dengan munculnya berbagai *brand* fashion lokal yang mendapatkan tempat di hati konsumen. Perkembangan industri fashion tersebut tentunya didukung dengan kemajuan teknologi yang pesat. Teknologi digital, seperti *e-commerce* dan media sosial, memungkinkan *brand fashion* lokal untuk memperluas jangkauan pasar mereka, mempermudah proses pemasaran, serta meningkatkan interaksi dengan konsumen. *E-commerce* juga menjadi alternatif bagi banyak masyarakat Indonesia untuk mencari dan membeli produk. faktor-faktor seperti promosi dan harga memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen. Promosi meliputi berbagai jenis penawaran, hadiah, dan promosi lainnya yang ditawarkan kepada konsumen, sedangkan harga mencakup harga produk itu sendiri, termasuk diskon yang mungkin diberikan. Kedua faktor ini saling berinteraksi dan dapat mempengaruhi apakah seorang konsumen akan memutuskan untuk membeli produk tertentu atau tidak. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Erigo di aplikasi Shopee. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan *purposive sampling* dan data yang didapat dari penyebaran kuesioner menggunakan *google form* yaitu sebanyak 176 responden dan hanya 150 responden yang sesuai dengan kriteria. Metode analisis data yang digunakan yaitu *Structural Equation Modeling – Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini bahwa promosi dan harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

Keyword: Promosi, Harga, Keputusan Pembelian