

**PERAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KEMEJA JUMBO PRIA DI SHOPEE
(STUDI KASUS PADA TOKO BIGGEST SIZE)**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Danu Fathur Ryan

18.92.0098

**PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

2023

**PERAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KEMEJA JUMBO PRIA DI SHOPEE (STUDI KASUS PADA
TOKO BIGGEST SIZE)**

SKIRPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi & Sosial Universitas
Amikom Yogyakarta

DANU FATHUR RYAN

18.92.0098



**PRODI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN AJARAN 20222023**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KEMEJA JUMBO PRIA DI SHOPEE**

(Studi Kasus Pada Toko Biggest Size)

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Danu Fathur Ryan

18.92.0098

Telah disetujui oleh dosen pembimbing skripsi

Pada tanggal 6 Februari 2023

Dosen Pembimbing



Rahma Widyawati, S.E., M.M.
NIK. 190302013

PENGESAHAN

SKRIPSI

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Danu Fathur Ryan

18.92.0098

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji Pada tanggal 2 Maret 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Laksmindra Saptyawati, SE, MBA
NIK.190302334



Rahma Widyawati, S.E., M.M.
NIK.190302013



Suyatmi, S.E., M.M
NIK.190302019



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelara sarjana bisnis

Tanggal 2 Maret 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq luthfi, S.T.M.Kom.
NIK. 190302125

PERYATAAN KEASLIAN SKRISPI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendir (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi Pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh oranglain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 28 Februari 2023



Danu Fathur Ryan
18.92.00098

KATA PENGANTAR

Puji syukur, alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan nikmatNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PERAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMEJA JUMBO PRIA DI SHOPEE (Studi Kasus Pada Toko Biggest Size)” yang akan diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) program studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta. Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusunan telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapat banyak bantuan, dukungan, bimbingan serta doa dari beberapa pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M. Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Suyatmi, S.E., M.M selaku Kaprodi S1 Kewirausahaan, Universitas Amikom Yogyakarta yang telah membimbing dan memberikan pelajaran yang sangat berguna bagi saya dan teman – teman lainnya.
4. Rahma Widyawati, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan serta pengarahan untuk proses penyusunan skripsi ini.

5. Toko Biggest Size di shopee selaku objek penelitian, terima kasih atas ketersediaan dan bantuannya sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
6. Kedua Orang tua tercinta dan adik saya serta keluarga besar yang selalu support dan selalu mendoakan untuk penyusunan skripsi ini sehingga saya selalu semangat dalam mengerjakannya.
7. Teman – teman saya kewirausahaan 2018 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih karena selalu memberi doa, semangat, saling mendukung dan membantu kelancaran dalam menyusun skripsi ini.
8. Seluruh responden yang rela meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner, terimakasih atas kerjasamanya.
9. Terakhir saya ingin mengucapkan terimakasih untuk diri saya sendiri, terimakasih banyak sudah bertahan dan berjuang untuk mendapatkan gelar sarjana.

Yogyakarta, Februari 2023



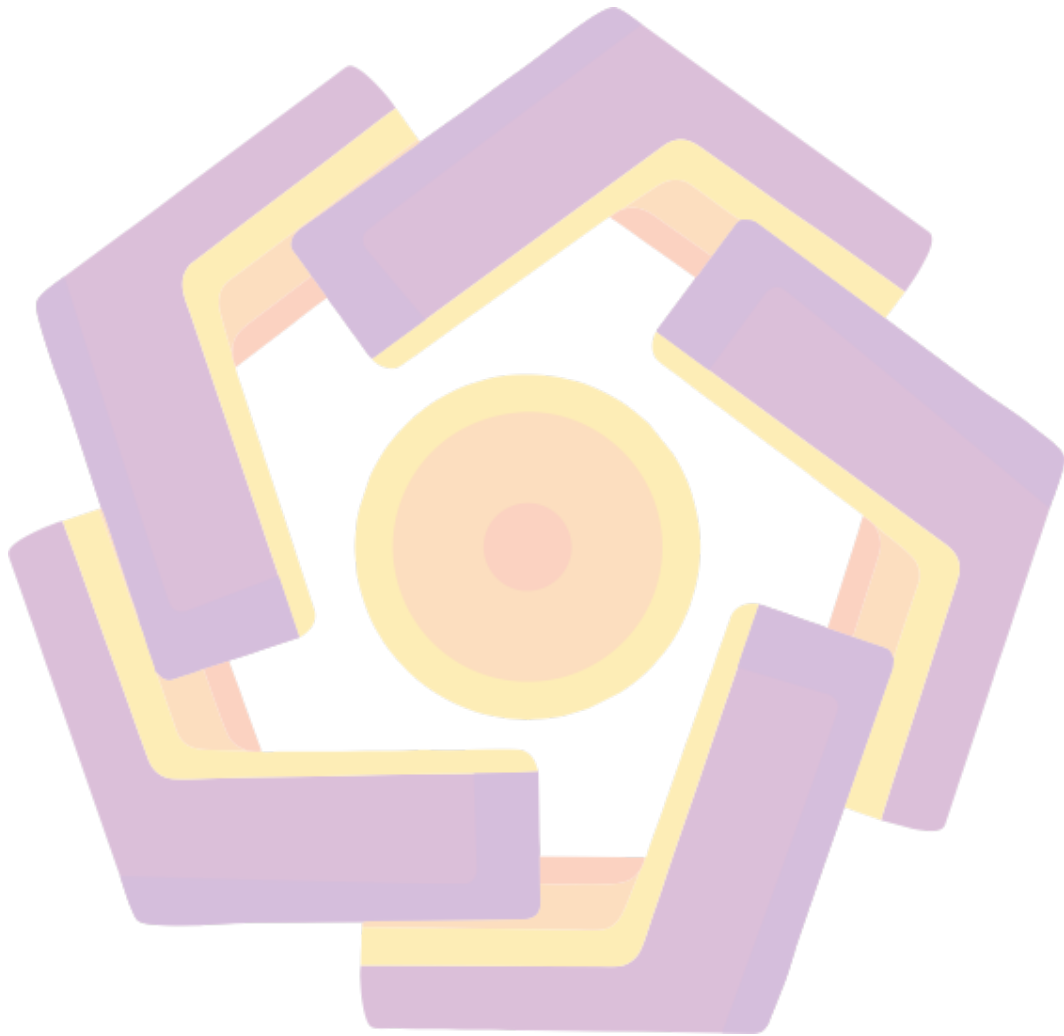
Danu Fathur Ryan

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRATC</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	16
1.1 Latar Belakang Masalah.....	16
1.2 Rumusan Masalah	22
1.3 Batasan Masalah.....	22
1.4 Tujuan Penelitian.....	23
1.5 Manfaat Penelitian.....	23
1.6 Sistematika Bab	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	26
2.1 Landasan Teori	26

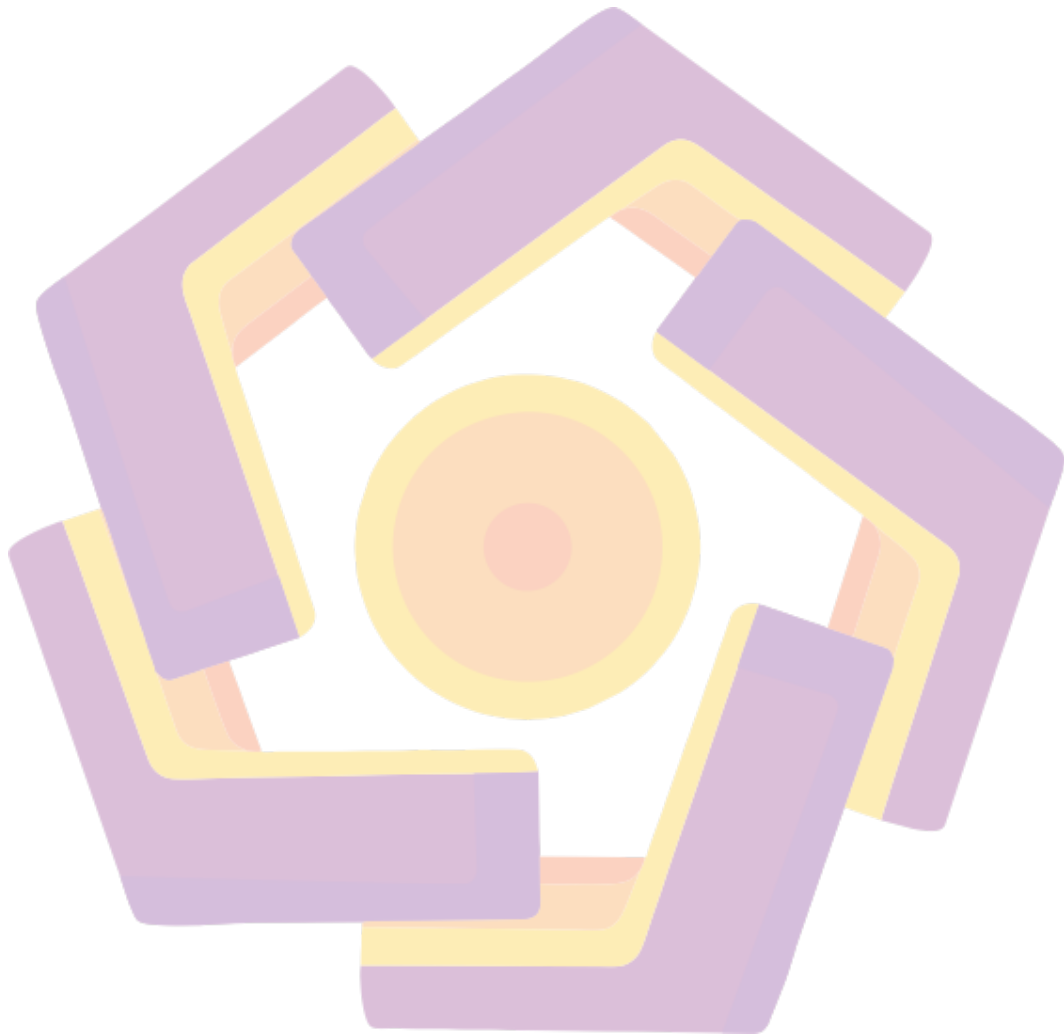
2.1.1	Keputusan Pembelian.....	26
2.1.2	Harga.....	32
2.1.3	Promosi	35
2.2	Penelitian Terdahulu.....	37
2.3	Kerangka pemikiran.....	39
2.4	Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....		44
3.1	Jenis Penelitian.....	44
3.2	Sumber Data Penelitian	44
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.3.1	Data Primer	45
3.3.2	Data Sekunder.....	46
3.4	Uji Instrument.....	46
3.5	Uji Validitas	46
3.6	Uji Reliabilitas.....	48
3.7	Populasi Dan Sampel.....	49
3.7.1	Populasi.....	49
3.7.2	Sampel.....	49
3.8	Teknik Analisis Data.....	50

3.8.1	Regresi Linier Berganda	50
3.8.2	Asusmsi Klasik	51
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.2	Analisis Data	54
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	55
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	58
4.3	Identitas Responden	59
4.4	Uji Asumsi Klasik	61
4.4.1	Uji Normalitas	61
4.4.2	Uji Multikolinearitas	62
4.4.3	Uji Heterokedastisitas	63
4.5	Hasil Analisis Data.....	64
4.6	Pengujian Hipotesis.....	67
4.7	Pembahasan	70
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA		75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Marketplace yang Sering Digunakan	17
Gambar 2. 1 Proses Pengambilan Keputusan	27
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	39



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 2 Kategori Produk yang Paling Sering Di Beli	19
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1)	55
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	56
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	56
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4. 5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4. 6 Identitas Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4. 7 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heterokedastisitas	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	65
Tabel 4. 12 Hasil Koefisien Determinasi	67
Tabel 4. 13 Hasil Uji F	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji T	69

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Peran Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kemeja Jumbo Pria pada toko biggest size di shopee. Dalam keputusan pembelian ada beberapa faktor yang mempengaruhi di dalamnya, dan penelitian ini penulis mengambil faktor promosi dan harga. Dalam penelitian ini digunakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data dengan observasi dan angket, sedangkan Teknik pengambilan sampel menggunakan slovin yang berjumlah 158 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linier berganda, koefisien dari analisis determinasi. Dalam pengujian hipotesis menggunakan uji parsial dan uji simultan. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel harga terhadap keputusan pembelian, dengan nilai t hitung sebesar 6,818 dan nilai signifikansi sebesar 0,00. Variabel promosi secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,373 dan nilai signifikansi sebesar 0,019. Sedangkan hasil uji simultan, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko biggest size di shopee, dibuktikan dengan nilai f hitung sebesar 39,05 dan nilai signifikansi 0,00 dan Koefisien determinasi sebesar 0.335 hal ini menunjukkan bahwa harga dan promosi berpengaruh secara bersamaan terhadap keputusan pembelian sebesar 33% pada toko biggest size di shopee sedangkan sisanya 67% dipengaruhi hal lain.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Peningkatan, Penjualan.

ABSTRACT

This study aims to find out the Role of Price and Promotion on the Decision to Buy Men's Jumbo Shirts at the biggest size store on shopee. In purchasing decisions there are several influencing factors in it, and this study the authors take the factors of promotion and price. In this study, quantitative research was used with data collection techniques with observation and questionnaires, while sampling techniques used slovin which totaled 158 people. The analysis techniques used are validity test, reliability test, normality test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination analysis. In hypothesis testing using partial tests and simultaneous tests. Based on the results obtained from this study, it shows that there is a significant influence of price variables on purchasing decisions, with a calculated t value of 6.818 and a signification value of 0.00. The promotion variable partially had a significant influence on purchasing decisions, as evidenced by a calculated t value of 2.373 and a signification value of 0.019. While the results of simultaneous tests, prices and promotions have a significant effect on purchasing decisions at the biggest size store on shopee, as evidenced by a calculated f value of 39.05 and a signification value of 0.00 and a coefficient of determination of 0.335 this shows that prices and promotions affect simultaneously the purchase decision by 33% at the biggest size store on shopee while the remaining 67% is influenced by other things.

Keywords: Marketing Strategy, Improvement, Sales