

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
ONLINE SHOP SHOPEE**

(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

*THE EFFECT OF PERCEPTION OF SERVICE QUALITY, PRICE
PERCEPTION AND PROMOTION ON ONLINE SHOP PRODUCT
PURCHASE DECISIONS AT THE SHOPEE*

(Study at University Muhammadiyah Yogyakarta Students)



OLEH:

AMMARA HUDA SALSABILA

20180410189

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2022

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
ONLINE SHOP SHOPEE
(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

***THE EFFECT OF PERCEPTION OF SERVICE QUALITY, PRICE
PERCEPTION AND PROMOTION ON ONLINE SHOP PRODUCT
PURCHASE DECISIONS AT THE SHOPEE
(Study at Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Students)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Untuk Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



OLEH

AMMARA HUDA SALSABILA

20180410189

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2022

PERNYATAAN

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Ammara Huda Salsabila

Nomor Mahasiswa : 20180410189

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *ONLINE SHOP* SHOPEE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA”** tidak ada karya yang pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di universitas manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh siapa pun selain yang sedang dan akan di rujuk secara tertulis dalam naskah ini yang disebutkan di daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 7 Juli 2022



Ammara Huda Salsabila

MOTTO

“Barang siapa yang keluar rumah untuk mencari ilmu, maka ia berada di jalan Allah hingga pulang”. (HR. Tirmidzi)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan pasti ada kemudahan”. (QS Al- Insyirah:6)

PERSEMBAHAN

Pertama-tama Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas menyelesaikannya skripsi ini dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya yang telah mendidik dan merawat serta memberikan kasih sayang yang tak terhingga untuk saya dan mensupport saya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Untuk adik-adik saya, terimakasih sudah selalu mendukung dan mendoakan menyelesaikan skripsi ini
3. Dosen Pembimbing saya Ibu Hasnah Rimiyati, SE., MSi. Terimakasih telah tulus dan sabar membimbing saya selama proses pengerjaan skripsi ini.
4. Untuk teman teman sebimbingan yang sudah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, terimakasih telah berjuang bersama.
5. Untuk Dinda, Hanun, Atika, Yoga, Andang, Dahlia, Dhini, Silvana, Faurin, Faty, Anelia, Lalak dan semua teman teman yang tidak bisa saya sebutkan satu satu terimakasih sudah menjadi teman yang baik, teman yang bisa menerima semua kekuranganku teman yang selalu ada didalam keadaan apapun. Semoga kalian selalu bahagia dan sukses selalu.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Online Shop* Di Shopee”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dalam kesempatan ini, Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Rizal Yaya S.E., M.Sc., Ph.D., Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
3. Ibu Hasnah Rimiati, SE., M.Si. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
4. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga menyelesaikan studi.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan

semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 7 Juli 2022



Ammara Huda Salsabila

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Persepsi Kualitas Pelayanan.....	8
a. Definisi Persepsi Kualitas Pelayanan.....	8
b. Dimensi Persepsi Kualitas Pelayanan	9
2. Persepsi Harga	10
a. Definisi Persepsi Harga.....	10
b. Dimensi Pembentukan Harga.....	11
c. Indikator Persepsi Harga.....	12
3. Promosi	13
a. Definisi Promosi	13
b. Indikator Promosi.....	13
4. Keputusan Pembelian.....	14
a. Definisi Keputusan Pembelian.....	14
b. Dimensi Keputusan Pembelian	15
c. Indikator Keputusan Pembelian	17
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	18
C. Pengembangan Hipotesis	25
D. Model penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Objek dan Subjek Penelitian	29

B.	Jenis Data	29
C.	Sempel Penelitian dan Teknik Pengambilan Sempel	29
D.	Pengumpulan Data	31
E.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
F.	Uji Kualitas Instrumen	33
G.	Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		38
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, SARAN.....		54
A.	Simpulan	54
B.	Keterbatasan Penelitian.....	55
C.	Saran	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Definisi operasional dan Indikator	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Fakultas	39
Tabel 4. 3 Karakteristik Tahun Angkatan	40
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Usia.....	41
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas dari Item Variabel Penelitian.....	42
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4. 7 Interpretasi Nilai Kelas Interval	44
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif Presepsi Kualitas Layanan.....	44
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskriptif Persepsi Harga.....	45
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Deskriptif Promosi.....	45
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan	46
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	47
Tabel 4. 13 Hasil Uji F.....	49
Tabel 4. 14 Uji Koefisiensi Determinasi (R^2).....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 E-Commerce Indonesia.....	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	59
Lampiran 2 Data Karakteristik Responden.....	63
Lampiran 3 Uji Validitas.....	68
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	71
Lampiran 5 Analisis Regresi Berganda.....	73