

**Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Citra Merek
Terhadap Keputusan Pembelian
(Survei pada Pelanggan *E-Commerce* Tiket.com di D.I. Yogyakarta)**

*Analysis of the Effect of Perceptions of Price, Promotion and Brand
Image on Purchasing Decisions
(Survey on Tiket.com E-Commerce Customers at D.I. Yogyakarta)*



Oleh:

Galang Rofiyantama

20170410024

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Galang Rofiyantama

Nomor Mahasiswa : 20170410024

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pelanggan *E-Commerce* Tiket.com di D.I. Yogyakarta)”** adalah hasil karya saya sendiri dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam 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, 08 April 2021



Galang Rofiyantama

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatNya, hidayah, anugerah dan semuanya yang telah diberikan kepada penulis beserta keluarga dan saudara lainnya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi. Dengan kerendahan hati, maka skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Pertama saya persembahkan kepada keluarga terutama Bapak dan Ibu yang saya cintai sebagai hasil dari doa jeri payah kalian yang selalu memberikan motivasi penulis untuk bersemangat menyelesaikan studi sarjana serta selalu mendoakan dimanapun dan kapanpun, beliauah figur yang bisa penulis jadikan panutan dengan keikhlasannya untuk tanpa henti senantiasa mengucapkan doa untuk anak-anaknya di setiap ibadahnya agar senantiasa bahagia di dunia dan selamat di akhirat.

Kedua saya persembahkan kepada Teman-teman Manajemen angkatan 2017 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas kebersamaannya, tetap semangat dan berjuang untuk meraih masa depan

Ketiga saya persembahkan kepada Semua pihak yang telah memberi dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberi rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pelanggan *E-Commerce* Tiket.com di D.I. Yogyakarta)” Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menempuh Ujian Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan dikarenakan oleh segala keterbatasan dan kemampuan yang penulis miliki. Namun penulis berusaha untuk mempersembahkan skripsi ini sebaik-baiknya agar dapat memiliki manfaat bagi banyak pihak. Oleh karena itu, penulis akan menerima segala kritik dan saran yang membangun dalam perbaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil, sehingga skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Pada kesempatan ini dengan ketulusan hati yang paling dalam, penulis mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada:

1. Bapak Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak, CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati Purnama Asri, M.Si., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Siti Dyah Handayani, S.E., MM., Dr. selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan waktu, tenaga dan pikirannya kepada penulis memberikan bimbingan, dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen Manajemen Fakultas Ekonomi UMY.

5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi pembaca umumnya, dengan segala kerendahan hati penulis ucapkan terima kasih yang tidak terhingga pada semua pihak yang penulis libatkan , dengan harapan semoga penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan masalah.....	5
C. Tujuan penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Perilaku pelanggan.....	7
B. Penelitian Terdahulu	14
C. Pengembangan Hipotesis	18
D. Model Penelitian	22
BAB III	29
METODE PENELITIAN	29
A. Objek dan Subjek Penelitian	29
B. Jenis Data	30
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	30
D. Teknik Pengumpulan Data.....	31
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	32
F. Uji Kualitas Instrumen.....	33

G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	34
BAB IV	40
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	40
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data	45
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	46
D. Pengujian Hipotesis	54
E. Pembahasan	56
BAB V	63
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	63
A. Simpulan	63
B. Keterbatasan Penelitian	64
C. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Top Brand Index	2
Table 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Skala Likert	32
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 4.1 Distribusi penyebaran kuesioner	41
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.4 Distribusi Responden Perkerjaan	44
Tabel 4.5 Distribusi Responden Produk	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas(<i>AMOS</i>).....	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Outliers	52
Tabel 4.10 Hasil Degress of Freedom	53
Tabel 4.11 Menilai Goodness of Fit	54
Tabel 4.12 Hubungan Antar Variabel	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	27
Gambar 4.1 Diagram Alur	49
Gambar 4.2 Persamaan Struktural	49
Gambar 4.3 Nilai Batasan Malalobis distance.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	73
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden	77
Lampiran 3. Karakteristik Responden	81
Lampiran 4. Uji Validitas	87
Lampiran 5. Uji Reliabilitas	88
Lampiran 6. Model Penelitian Struktural	89
Lampiran 7. Uji Normalitas	90
Lampiran 8. Uji Outlier	91
Lampiran 9. Degree of Freedom	94
Lampiran 10. Goodness of Fit	95
Lampiran 11. Uji Hipotesis	96