

**PENGARUH PERSEPSI PROMOSI PENJUALAN DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Konsumen Tokopedia di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF SALES PROMOTION PERCEPTIONS AND PRICE
PERCEPTIONS ON BRAND IMAGE AND PURCHASE DECISIONS
(Tokopedia Consumer Study in the Special Region of Yogyakarta)***



DISUSUN OLEH:

KHARISMA TAUFIQ SYARIFUDIN

20200410394

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2024

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Kharisma Taufiq Syarifudin

Nomor Mahasiswa : 20200410394

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul:

PENGARUH PERSEPSI PROMOSI PENJUALAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Konsumen Tokopedia di Daerah Istimewa Yogyakarta) 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, 30 Januari 2024



Kharisma Taufiq Syarifudin

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT atas berkah, rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan sukses. Skripsi ini saya persembahkan kepada beberapa pihak sebagai ungkapan terima kasih karena telah menyertakan doa, semangat, dan motivasi tanpa henti, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.

1. Untuk kedua orang tua saya Bapak dan Ibu yang telah memberikan segalanya dari yang langsung maupun tidak langsung, mereka juga yang telah memberikan motivasi dan semangat sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
2. Untuk saudara dan kerabat saya yang mendukung dan memberikan semangat untuk kelancaran penelitian ini.
3. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, do'a, dukungan, semangat dan hal-hal positif lainnya, sehingga dapat membantu penulis dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini dengan lancar.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Promosi Penjualan dan Persepsi Harga terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian” (Studi Konsumen Tokopedia di Daerah Istimewa Yogyakarta). Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam meningkatkan promosi penjualan, memberikan strategi harga yang transparan dan kompetitif, meningkatkan citra merek, dan meningkatkan keputusan pembelian sehingga dapat memberikan manfaat bagi perusahaan selain itu juga dapat membantu organisasi dalam melakukan evaluasi pengambilan keputusan dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya. Penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak atas bantuan dan bimbingan mereka dalam menyelesaikan skripsi ini yaitu,

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. 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 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan selama penyusunan skripsi.

3. Ibu Widowati PA., M.Si., Ph.D selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
4. Bapak dan Ibu Dosen dan seluruh karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan dukungan dan ilmunya kepada penulis selama menempuh studi.
5. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan dan semangat selama proses penyelesaian skripsi ini.

Semoga semua kebaikan yang mereka lakukan diterima oleh Allah SWT dan dianggap sebagai amal yang paling baik, Aamiin. Peneliti berharap agar isi dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 30 Januari 2024

Penulis,



Kharisma Taufiq Syarifudin

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan teori	9
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	16
C. Pengembangan Hipotesis	21
D. Model Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Objek dan Subjek Penelitian	29
B. Jenis Penelitian dan Jenis Data	29
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	30
D. Teknik Pengumpulan Data dan Pengukuran Skala.	31
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	32
F. Uji Kualitas Instrumen	34
G. Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	43

B. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	45
C. Hasil Uji Kualitas Instrumen.....	48
D. Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis	51
E. Pembahasan.....	69
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	73
A. Simpulan	73
B. Keterbatasan Penelitian.....	75
C. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	33
Tabel 3. 2 Kategori Jawaban Responden	37
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin & Usia	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Penghasilan Perbulan	48
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4. 7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Promosi Penjualan	52
Tabel 4. 8 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga	52
Tabel 4. 9 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	53
Tabel 4. 10 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	53
Tabel 4. 11 <i>Degree of Freedom</i>	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Outlier</i>	60
Tabel 4. 14 Data Bebas <i>Outliers</i>	61
Tabel 4. 15 <i>Goodness of Fit</i>	61
Tabel 4. 16 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	63
Tabel 4. 17 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Marketplace</i> dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia tahun 2023	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian	27
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	54
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	55
Gambar 4. 3 Batas <i>Outliers</i>	59
Gambar 4. 4 Model Pengaruh Antar Variabel	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner.....	83
Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden	88
Lampiran 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin & Usia	116
Lampiran 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	116
Lampiran 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	117
Lampiran 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Penghasilan Perbulan.....	117
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas.....	118
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas	119
Lampiran 9 Tabel Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Promosi Penjualan	119
Lampiran 10 Tabel Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	119
Lampiran 11 Tabel Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	120
Lampiran 12 Tabel Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	120
Lampiran 13 <i>Degree of Freedom</i>	121
Lampiran 14 Hasil Uji Normalitas	121
Lampiran 15 Hasil Uji <i>Outlier</i>	121
Lampiran 16 Data Bebas <i>Outlier</i>	124
Lampiran 17 <i>Goodness of Fit</i>	126
Lampiran 18 Model Pengaruh Antar Variabel	127
Lampiran 19 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	127
Lampiran 20 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	128