

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
KOSMETIK PADA *MARKETPLACE* SHOPEE di  
JABODETABEK**

**SKRIPSI**

**DIAS AULIYAH**

**21170000206**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

**JAKARTA**

**2021**

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
KOSMETIK PADA *MARKETPLACE* SHOPEE di  
JABODETABEK**

**SKRIPSI**

**DIAS AULIYAH**

**21170000206**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

**JAKARTA**

**2021**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

### **PENGARUH HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PADA *MARKETPLACE* SHOPEE di JABODETABEK**

Skripsi ini disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 26 Agustus 2021



**DIAS AULIYAH**  
21170000206

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

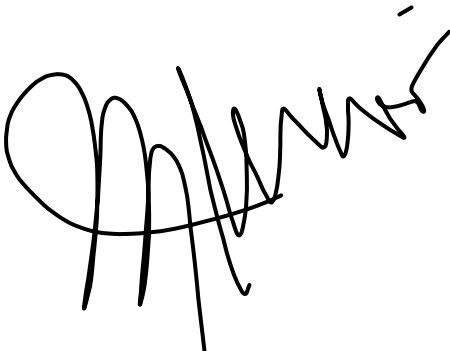
Skripsi dengan judul :

### **PENGARUH HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PADA *MARKETPLACE* SHOPEE di JABODETABEK**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Drs. Budiono, M.Sc. dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 26 Agustus 2021

Pembimbing,



Drs. Budiono, M.Sc.

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



digitally signed  
Muhammad Raditya, BBA., M.Sc.


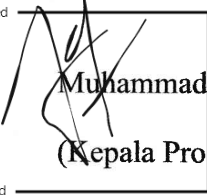



## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

### **PENGARUH HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PADA *MARKETPLACE* SHOPEE di JABODETABEK**

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal 12 Agustus 2021:

#### **Panitia Ujian Skripsi**

1.  ;  Muhammad Raditya, BBA., M.Sc.  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ; Drs. Budiono, M.Sc.  
(Pembimbing)
3.  ; Dr. H. Supriyatin. Sy, MM  
(Penguji 1)
4.  ; Drs. Imron HR, MM  
(Penguji 2)

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terimakasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Drs. Budiono, M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. Supriyatin. Sy, MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Imron HR, MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang
4. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
5. Bapak Muhammad Raditya, BBA., M.Sc. selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
6. Seluruh dosen, staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang dengan tulus memberikan pendidikan dan pengajaran serta bantuan kepada peneliti selama mengikuti perkuliahan.
7. Kedua orang tua tercinta Alm. Papa Suharjon Otoluwa dan Mama Ririe Hulalata serta kakak tercinta Della Ariantyah Otoluwa yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, nasehat, perhatian dan kasih sayang sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
8. Sahabat saya Feyberesia, Syaqira, Alfira, Nabilah, Erika, Wulan, Isdianti, Tiara, Sonia yang selalu memberi motivasi, doa, support dan semangat disaat proses penyusunan skripsi.

9. Teman-teman satu bimbingan yang selalu memberikan dukungan dan masukan satu sama lain selama proses pembuatan skripsi ini berjalan.
10. Teman-teman kelas C dan teman kampus saya lainnya yang selalu membantu dan memberi masukan maupun saran dalam proses pembuatan skripsi ini berjalan.

Peneliti menyadari bahwa, dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan, sehingga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua pihak.

Jakarta, 26 Agustus 2021

A handwritten signature in purple ink, consisting of a large, stylized 'D' followed by 'ias' and a flourish.

**Dias Auliyah**  
21170000206

# HALAMAN PERNYATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

## SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dias Auliyah  
NPM : 21170000206  
Program Studi : S-1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Nonexclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi yang berjudul :


### **PENGARUH HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PADA MARKETPLACE SHOPEE di JABODETABEK**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 26 Agustus 2021

Yang menyatakan,



**(DIAS AULIYAH)**



Nama: Dias Auliyah  
NPK: 21170000206  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:  
Drs. Budiono, M.Sc.

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PADA  
MARKETPLACE SHOPEE di JABODETABEK**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga ( $X_1$ ) dan promosi penjualan ( $X_2$ ), terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) pada pembeli produk kosmetik pada *marketplace* Shopee di JABODETABEK

Strategi penelitian yang digunakan adalah strategi asosiatif yang bersifat kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah yang memiliki akun Shopee dan pernah melakukan pembelian produk kosmetik yang berdomisili di JABODETABEK. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Non probability Sampling* dan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampelnya menggunakan cara pemilihan sample secara acak dengan di undi. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien determinasi parsial, simultan, dan uji hipotesis. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai KD sebesar 6,76%. Secara parsial variabel Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai KD sebesar 3.35%. Secara simultan harga dan promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sebesar 9,67%

***Kata Kunci: Harga, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian***

Nama: Dias Auliyah  
NPK: 21170000206  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:  
Drs. Budiono, M.Sc.

***THE EFFECT OF PRICE AND SALES PROMOTION  
TOWARDS COSMETIC PRODUCT PURCHASE DECISION  
AT MARKETPLACE SHOPEE in JABODETABEK***

***ABSTRACT***

This study aims to determine how much the effect of price ( $X_1$ ) and sales promotion ( $X_2$ ) on purchasing decisions ( $Y$ ) on cosmetics product buyers at marketplace shopee in JABODETABEK.

The research strategy used is an associative strategy that is causal. The population in this study are those who have a Shopee account and already purchased cosmetic products with domiciled in JABODETABEK. Sampling using non-probability sampling techniques and purposive sampling as a technique of determining the sample using a random sample selection by lot. The sample in this study were 100 respondents. The data analysis used is the analysis of the coefficient of determination of partial, simultaneous, and hypothesis testing. The data used in this study are primary data. The data collection technique used a questionnaire method.

The results showed that partially the price variable had a significant effect on purchasing decisions with a KD value of 6,76%. Partially, the Sales Promotion variable has a significant effect on purchasing decisions with a KD value of 3.35%. Simultaneously, price and sales promotion have a significant effect on purchasing decisions with a value of 9,67%.

***Keywords: Price, Sales Promotion, Purchase Decisions***

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	11
2.2.1. Keputusan Pembelian .....	11
2.2.2. Harga .....	18
2.2.3. Promosi .....	19

	<b>Halaman</b>
2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian .....	24
2.3.1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	24
2.3.2. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian .....	24
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	25
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian .....	25
<b>BAB III METODA PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1. Strategi Penelitian .....	26
3.2. Populasi dan Sampel .....	26
3.2.1. Populasi penelitian.....	26
3.2.2. Sampling dan Sampel penelitian .....	26
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	28
3.3.1. Jenis Data.....	28
3.3.2. Cara Pengumpulan Data .....	28
3.3.3. Skala Pengukuran .....	29
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	30
3.5. Metoda dan Analisis Data .....	34
3.5.1. Pengolahan Data .....	35
3.5.2. Uji Validitas.....	35
3.5.3. Uji Reliabilitas.....	36
3.5.4. Metoda Penyajian Data .....	36
3.5.5. Analisis Statistik.....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	39
4.2. Deskripsi Responden.....	40
4.3. Deskripsi Data.....	43
4.3.1. Deskripsi Variabel Harga (X1) .....	43
4.3.2. Deskripsi Variabel Promosi Penjualan (X2) .....	44
4.3.3. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	44

	<b>Halaman</b>
4.4. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	45
4.4.1. Uji validitas .....	45
4.4.2. Uji reliabilitas .....	47
4.5. Analisis Statistik Data .....	49
4.5.1. Analisis koefisien determinasi (KD) .....	49
4.5.2. Pengujian Hipotesis .....	51
4.6. Temuan Hasil Penelitian .....	52
4.6.1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	53
4.6.2. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian .....	53
4.6.3. Pengaruh Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian .....	53
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>54</b>
5.1. Simpulan .....	54
5.2. Saran.....	55
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	55
 DAFTAR REFERENSI .....	 57
LAMPIRAN.....	59

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 1.1.</b> Jumlah Pengunjung Situs Marketplace Kuartal IV 2020 .....	4
<b>Tabel 3.1.</b> Skala Likert .....	30
<b>Tabel 3.2.</b> Operasional Variabel Harga .....	33
<b>Tabel 3.3.</b> Operasional Promosi Penjualan .....	33
<b>Tabel 3.4.</b> Operasional Variabel Keputusan Pembelian.....	34
<b>Tabel 4.1.</b> Data Identitas Responden Berdasarkan Domisli.....	40
<b>Tabel 4.2.</b> Data Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
<b>Tabel 4.3.</b> Data Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	41
<b>Tabel 4.4.</b> Data Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
<b>Tabel 4.5.</b> Data Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan Rata-rata Perbulan.....	42
<b>Tabel 4.6.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1).....	45
<b>Tabel 4.7.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan (X2) .....	46
<b>Tabel 4.8.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	47
<b>Tabel 4.9.</b> Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1).....	48
<b>Tabel 4.10.</b> Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi Penjualan (X2).....	48
<b>Tabel 4.11.</b> Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	48
<b>Tabel 4.12.</b> Hasil Uji Instrumen Reliabilitas.....	48

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 1.1.</b> Kategori Produk Terlaris Shopee .....	3
<b>Gambar 2.1.</b> Proses Keputusan Pembelian .....	14
<b>Gambar 2.2.</b> Kerangka Konseptual .....	25
<b>Gambar 4.1.</b> Diagram Skala Likert Harga (X1) .....	43
<b>Gambar 4.2.</b> Diagram Skala Likert Promosi Penjualan (X2) .....	44
<b>Gambar 4.3.</b> Diagram Skala Likert Keputusan Pembelian (Y).....	45

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b> Kuesioner Penelitian .....	58
<b>Lampiran 2.</b> Tabulasi Skor Variabel Harga ( $X_1$ ).....	64
<b>Lampiran 3.</b> Tabulasi Skor Variabel Promosi Penjualan ( $X_2$ ).....	67
<b>Lampiran 4.</b> Tabulasi Skor Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ).....	70
<b>Lampiran 5.</b> Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Validitas Variabel Harga ( $X_1$ ).....	73
<b>Lampiran 6.</b> Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan ( $X_2$ ) .....	74
<b>Lampiran 7.</b> Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ).....	75
<b>Lampiran 8.</b> Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Hipotesis .....	79
<b>Lampiran 9.</b> Daftar Riwayat Hidup Peneliti .....	82