

**PENGARUH HARGA, VARIASI PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE
SHOPEE DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH :

PUJI DEDY ANDRIANTO

NIM: 201612210330

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2023

**PENGARUH HARGA, VARIASI PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE
SHOPEE DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA
SKRIPSI**



Diajukan untuk memenuhi
salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen

OLEH

PUJI DEDY ANDRIANTO

NIM: 20161221030

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

2023

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puji Dedy Andrianto

Nim : 20161221030

Program studi : Manajemen

Fakultas: Ekonomi dan Bisnis universitas muhammadiyah surabaya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 16 juni 2023

Yang membuat pernyataan



Puji Dedy Andrianto
(20161221030)

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, VARIASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE
SHOPEE DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

Diajukan Oleh :

PUJI DEDY ANDRIANTO

NIM : 20161221030

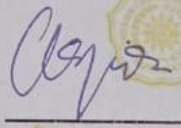
Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tandatangan

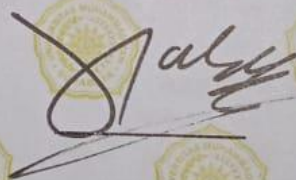
Tanggal

1. Asyidatur Rosmaniar, SE., M.Pd



21/12/2022

2. M. Al Hakim Danurwindo, SE., MM



21/12/2022

Mengetahui,

Dekan,


Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM

Ketua

Program Studi,


Rina Marelasari, SM., M.SM.

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

**PENGARUH HARGA, VARIASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE
SHOPEE DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

Nama : PUJI DEDY ANDRIANTO
NIM : 20161221030

Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari/Tanggal : Jum'at / 16 Juni 2023
Pukul : 09.30 WIB sampai dengan 11.00 WIB

Komisi Penguji terdiri dari

Ketua Penguji



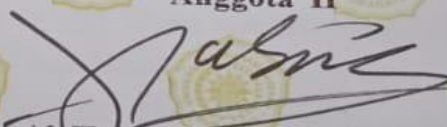
Dra. Siti Salbiyah, M.Kes.

Anggota I



Asyidatur Rosmaniar, SE., M.Pd

Anggota II



M. Al Hakim Danurwindo, SE., MM

Mengetahui,

Dekan,



Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM

Ketua
Program Studi,



Rina Maretasari, SM., M.SM.

KATA PENGANTAR

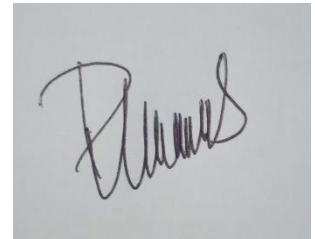
Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Variasi Produk Dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya” dengan baik. Sholawat dan Salam semoga tetap terlimpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW yang mengantarkan pada sebuah kehidupan yang penuh keselamatan di dunia dan di akhirat.

Penulisan skripsi ini dilakukan guna melengkapi syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya. Penulis menyadari bahwa terselesainya penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dukungan dari semua pihak untuk itu penulis menyampaikan banyak terimakasih pada:

1. Bapak Dr. dr Sukadiono, MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya
2. Bapak Dr. Mochamad Mochklas, S.Si, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Ibu Rina Maretasari, SM, M.SM. Selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Ibu Asyidatur Rosmaniar, SE., M.Pd selaku Dosen Pembimbing 1 yang memberikan arahan, bimbingan dalam penulisan skripsi ini sehingga terselesainya.
5. Muhammad Alhakim Danurwindo, SE. MM. Selaku Dosen pembimbing 2 yang memberikan semangat dan dorongan kepada penulis sehingga terselesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat penulisan skripsi ini.

7. Bapak dan Ibu keluarga besar penulis yang telah banyak memberikan doa, dukungan, semangat, dorongan dengan segenap tulus dan ikhlas sehingga terselesainya skripsi ini.
8. Teman-teman kuliah seangkatan yang bersama-sama berjuang dalam mengerjakan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak baik tersebutkan maupun yang tidak tersebutkan hingga penulisan skripsi ini dapat selesai pada waktunya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam penulisan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Surabaya, 16 Juni 2023

A square image containing a handwritten signature in black ink on a light gray background. The signature is stylized and appears to read 'Puji Dedy Andrianto'.

Puji Dedy Andrianto

DAFTAR ISI

| | Halaman judul |
|--|---------------|
| HALAMAN SAMPUL..... | i |
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT..... | iii |
| PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI..... | iv |
| PENGESAHAN PANITIA PENGUJI..... | v |
| SKRIPSI INI TELAH MEMENUHI PERSYARATAN DAN DISETUJUI | vi |
| ABSTRAK..... | vii |
| ABSTRACT..... | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB 1 : PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 5 |
| C. Tujuan Penelitian | 5 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 6 |
| BAB II : KAJIAN PUSTAKA..... | 7 |
| A. Landasan Teori..... | 7 |

| | |
|--|-----------|
| 1. Pengertian harga..... | 7 |
| 2. Indikator harga..... | 9 |
| 3. Jenis-jenis harga..... | 10 |
| 4. Pengertian variasi produk..... | 10 |
| 5. Tujuan variasi produk..... | 13 |
| 6. Indikator variasi produk..... | 14 |
| 7. Pengertian promosi..... | 15 |
| 8. Jenis-jenis promosi penjualan..... | 16 |
| 9. Promotional mix..... | 16 |
| 10. Faktor yang mempengaruhi promotional mix..... | 18 |
| 11. Tujuan promosi..... | 19 |
| 12. Unsur-unsur promosi..... | 20 |
| 13. Indikator promosi penjualan..... | 21 |
| 14. Keputusan pembelian..... | 24 |
| 15. Proses keputusan pembelian | 25 |
| 16. Tipe perilaku keputusan pembelian | 26 |
| B. Temuan Terdahulu..... | 27 |
| C. Kerangka konseptual/ Model analisis..... | 29 |
| D. Hipotesis..... | 38 |
| BAB III : METODE PENELITIAN..... | 40 |
| A. Pendekatan penelitian..... | 40 |
| B. Definisi operasional variabel..... | 40 |
| C. Populasi dan Teknik sampling..... | 46 |

| | |
|--|-----------|
| D. Metode dan Teknik pengumpulan data..... | 48 |
| E. Teknik pengolahan data..... | 48 |
| BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 53 |
| A. Kondisi Objek Penelitian..... | 53 |
| B. Deskripsi data hasil Penelitian..... | 57 |
| C. Hasil uji Hipotesis..... | 70 |
| D. Analisis dan Pembahasan | 72 |
| BAB V : Penutup..... | 75 |
| A. Kesimpulan..... | 75 |
| B. Saran..... | 75 |
| Daftar Pustaka..... | 77 |
| Lampiran 1..... | 81 |

DAFTAR ISI

| | Halaman judul |
|--|---------------|
| HALAMAN SAMPUL..... | i |
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT..... | iii |
| PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI..... | iv |
| PENGESAHAN PANITIA PENGUJI..... | v |
| SKRIPSI INI TELAH MEMENUHI PERSYARATAN DAN DISETUJUI | vi |
| ABSTRAK..... | vii |
| ABSTRACT..... | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB 1 : PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 5 |
| C. Tujuan Penelitian | 5 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 6 |
| BAB II : KAJIAN PUSTAKA..... | 7 |
| A. Landasan Teori..... | 7 |

| | |
|--|-----------|
| 1. Pengertian harga..... | 7 |
| 2. Indikator harga..... | 9 |
| 3. Jenis-jenis harga..... | 10 |
| 4. Pengertian variasi produk..... | 10 |
| 5. Tujuan variasi produk..... | 13 |
| 6. Indikator variasi produk..... | 14 |
| 7. Pengertian promosi..... | 15 |
| 8. Jenis-jenis promosi penjualan..... | 16 |
| 9. Promotional mix..... | 16 |
| 10. Faktor yang mempengaruhi promotional mix..... | 18 |
| 11. Tujuan promosi..... | 19 |
| 12. Unsur-unsur promosi..... | 20 |
| 13. Indikator promosi penjualan..... | 21 |
| 14. Keputusan pembelian..... | 24 |
| 15. Proses keputusan pembelian | 25 |
| 16. Tipe perilaku keputusan pembelian | 26 |
| B. Temuan Terdahulu..... | 27 |
| C. Kerangka konseptual/ Model analisis..... | 29 |
| D. Hipotesis..... | 38 |
| BAB III : METODE PENELITIAN..... | 40 |
| A. Pendekatan penelitian..... | 40 |
| B. Definisi operasional variabel..... | 40 |
| C. Populasi dan Teknik sampling..... | 46 |

| | |
|--|-----------|
| D. Metode dan Teknik pengumpulan data..... | 48 |
| E. Teknik pengolahan data..... | 48 |
| BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 53 |
| A. Kondisi Objek Penelitian..... | 53 |
| B. Deskripsi data hasil Penelitian..... | 57 |
| C. Hasil uji Hipotesis..... | 70 |
| D. Analisis dan Pembahasan | 72 |
| BAB V : Penutup..... | 75 |
| A. Kesimpulan..... | 75 |
| B. Saran..... | 75 |
| Daftar Pustaka..... | 77 |
| Lampiran 1..... | 81 |

DAFTAR TABEL

HALAMAN

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 26 |
| Tabel 3.1 Dekripsi Instrument Operasional variable..... | 39 |
| Tabel 4.1 jumlah responden berdasarkan jenis kelamin responden..... | 50 |
| Tabel 4.2 Distribusi usia responden..... | 50 |
| Tabel 4.3 Pekerjaan responden..... | 51 |
| Tabel 4.4 Pendidikan terakhir responden..... | 51 |
| Tabel 4.5 Analisis Deskripsi Variabel Penelitian..... | 52 |
| Tabel 4.6 Validitas Variabel Harga (X1)..... | 53 |
| Tabel 4.7 Validitas Variabel Variasi Produk (X2)..... | 53 |
| Tabel 4.8 Validitas Variabel promosi (X3)..... | 54 |
| Tabel 4.9 Variabel keputusan pembelian..... | 54 |
| Tabel 4.10 uji reliabilitas..... | 55 |
| Tabel 4.11 Uji Normalitas..... | 56 |
| Tabel 4.12 P-P Plot Uji Normalitas..... | 57 |
| Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas..... | 58 |
| Tabel 4.14. Diagram scatterplot..... | 58 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda..... | 59 |
| Tabel 4.14 Koefien Determinasi..... | 60 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji t..... | 61 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji F..... | 62 |

DAFTAR GAMBAR

HALAMAN

| | |
|---------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Penetapan Harga Biaya..... | 08 |
| Gambar 2.2 variasi produk..... | 13 |
| Gambar 2.3 promotion mix..... | 17 |
| Gambar 2.4 Kerangka konseptual..... | 30 |
| Gambar 2.5 Hipotesis penelitian..... | 32 |

Daftar Pustaka

- Finisicia,, N. ” Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Moderasi Kepercayaan Di Marketplace Shopee”. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.
- Myria. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. (Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip)*.
“*Buku Ajar Manajemen Pemasaran*”. Ponorogo: Myria.
- Agesti, N., Ridwan, S. M., & Budiarti, E. (2021). International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding. *Multicultural and Multireligious Understanding*.
- Alifia, Wardah Harti, N. (2019). “Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap P“Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsive Avoskin Di Shopee”. *Management Development And Applied Research Jurnal*.
- Aurelia, N., Thalib, S., & Keiko Hubbansyah, A. (2020). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian susu beruang bearbrand pada saat pandemi covid19 (studi empiris pada pelanggan marketplace shopee di desa sindang agung kuningan jawa barat).
- Budianto, A. (2020). ” *Manajemen pemasaran edisi kedua*”. Yogyakarta: Penerbit: Ombak.

- Cahyaningrum, R. (2021). " Pengaruh Online customer review, rating dan harga terhadap minat pembelian pada online marketplace shopee di Indonesia".
- Dwijantoro, R, Dwi, B, & Syarief, N. (2021). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian marketplace shopee,, analisis pengaruh harga, kualitas produk .
- Firmansyah, A., & Fatihudin, D. (2019). "*Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*". Yogyakarta: Penerbit: CV Budi Utama.
- Fransisca, Kristia, M. (September 2021.). "Analisis pengaruh harga, kemudahan penggunaan dan ulasan konsumen daring terhadap keputusan pembelian pada market place shopee". . *Jurnal Inovasi bisnis dan manajemen Indonesia*, volume 04, nomor 04.
- Gultom, U. J. (2021). "*Pengaruh Promosi, Media sosial, review produk pada Marketplace shopee dan Pemanfaatan financial teknologi produk layanan shopee terhadap keputusan pembelian*".
- Hendrayani, E., Manawir, & Satriadi. (2021). "*Manajemen pemasaran*". Yogyakarta: Penerbit Samudra biru.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Jurnal Manajemen Program Studi Manajemen STIE SULTAN AGUNG. *Jurnal Manajemen*.
- Iswandari, L., & Menuk Srihandayani, C. (2019). Pengaruh Harga, Promosi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen universitas PGRI Adi Buana Surabaya)". *Journal of sustainability business research*.

M.Zakky Wahyuddin, Z. m., & Azizi, S. R. (2020). *M.Zakky Wahyuddin, Rifqi Suprpto Azizi*

Manap, A. (2016). *Revolusi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Maulana, T., & Susandy, G. (2018). *The Effect of Viral Marketing, online customer review, price perception trust on purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the marketplace Shopee in Surabaya city.*

Muliyana, T., & Suyanto, A. (2019). Pengaruh bauran pemasaran terhadap proses keputusan pembelian pada marketplace shopee the influence of marketing mix on purchasing decinions process on marketplace shopee,. *E-Proceeding of Management, Vol.6.*

Nadya, S. (2019). ” Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap minat beli ulang (Studi pada pembeli di marketplace shopee), “*Journal Of Social And Politic*, 1-7.

Nofiyanti. (2020). pengaruh perceived usefullness dan perceived value terhadap online Repurchase Intention pada Marketplace shopee di kecamatan kebumen dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi.*

Nofri, O. P., & Wijaksana, T. I. (Desember 2021). Analisa Pengaruh Promosi Tanggal Istimewa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Marketplace Shopee (studi Di Provinsi Sumatera Barat). *E-Proceeding of Management , Vol.8, No.6.*

Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater”. . *Jurnal Ilmu Manajemen.*

Putri, F., & Ariani, S. (n.d.). . Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan

- Renny, R. (2020). "Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian. *Sains Manajemen*.
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sari, R., Gusteti, y., & Purwanto, k. ((2019)). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian jilbab bella square (KW 3) pada marketplace shopee. *Diskursus Ilmu Manajemen STIESA (Dimensia)*.
- Siswanto. (2018). "*Pengantar Manajemen*". Jakarta: Bumi Aksara.
- Sumaa, S., Supandi Soegoto, A., Reitty, L., & Samadi. (2021). pengaruh kualitas produk, harga dan iklan media sosial terhadap minat beli di e-commerce shopee (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas sam ratulangi Manado). *Jurnal riset ekonomi management bisnis dan akuntansi*, vol 9 No 4.
- Tri cahyono,, Y., & Wibana, I. (2021.). " Pengaruh harga online, customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee". *Seminar nasional & call for paper hubinistek*.
- Triadi, S., Rahayu, Y., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian handphone. *Jurnal manaegement*. Wardani, K. R., & Manalu, M. (2021). *MARKETPLACE SHOPEE*.
- Widiartanto, w., & ardianti, a. (2019). *The influence of viral marketting and price discounts through social media instagram to purchase decinions on marketplace shopee*.
- Wulandari, P. Z., Mulyati Endro Tjah, A., & Tjahjono, E. (06-08-2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Marketplace Shopee). *Dinamika administrasi bisnis* .

