

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, PROMOSI DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
TOKO EONNIE KPOP STORE PALEMBANG**

SKRIPSI

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen Falkutas Ekonomi
Universitas Indo Global Mandiri**



Disusun oleh:

Dwi Wardani

NPM: 2020510087

**KEMENTRIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN
TINGGI UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
TAHUN 2024**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi : Pengaruh Perilaku Konsumen, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Eonnie Kpop Store Palembang
: Dwi Wardani
: 2020510087
Studi : Manajemen
Pembimbing I : Meilin Veronica, SE., MM., Ak., CA
Pembimbing II : Try Wulandari, SE., M.Fin., CFP
Ujian Skripsi : 29 Januari 2024

Palembang, 31 Januari 2024

Disetujui Oleh,

Pembimbing I,

Meilin Veronica, SE., MM., Ak., CA
NIDN. 0225058402

Pembimbing II,

Try Wulandari, SE., M.Fin., CFP
NIDN. 0223109401

Disahkan Oleh,

Dekan Program Studi Manajemen

Endah Lazuardi, SE., M.Sc
NIDN. 0213109401

FAKULTAS EKONOMI Dekan Fakultas Ekonomi

Endah Dewi Purnamasari, SE., MM., CFP
NIDN. 0204128602

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini di ajukan oleh :


Judul Skripsi : Pengaruh Perilaku Konsumen, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Eonnie Kpop Store Palembang
Nama : Dwi Wardani
NPM : 2020510087
Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan Dosen Penguji Ujian Skripsi & Komprehensif, dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.


Ketua Penguji :


Meilin Veronica, SE., MM., Ak., CA
NIDN. 0225058402

Penguji I :


Emilda, SE., M.BA., CFP
NIDN. 0217058902

Penguji II :


Roswaty, SE., M.Si
NIDN. 0219096301

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen


Shaffera Lazuardi, SE., M.Sc
NIDN. 0213109401

FAKULTAS EKONOMI **Dekan Fakultas Ekonomi**


Endah Dewi Purnamasari, SE., MM., CFP
NIDN. 0204128602

LEMBAR REVISI


LEMBAR REVISI

Nama : Dwi Wardani
NPM : 2020510087
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Perilaku Konsumen, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Eonnie Kpop Store Palembang


Ketua Penguji :


Meilin Veronica, SE., MM., Ak., CA
NIDN : 0225058402

Penguji I :


Emilda, SE., M.BA., CFP
NIDN : 0217058902

Penguji II :


Roswaty, SE., M.Si
NIDN : 0219096301

Palembang, 31 Januari 2024
Ketua Program Studi Manajemen


Shafiera Lazuardi, SE., M.Sc
NIDN. 0213109401

PERYANTAAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dwi Wardani
NPM : 2020510087
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang diajukan dalam karya ilmiah ini, kecuali disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Indo Global mandiri maupun di perguruan tinggi lain.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palembang, 29 Januari 2024



Dwi Wardani
2020510087

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Perilaku Konsumen, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Eonnie Kpop Store Palembang”** Dalam penyusunan skripsi, penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan tepatpada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasihkepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat serta karunia pertolongan-Nya selama penulis menyusun skripsi.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi contoh sekaligus panutan bagi penulis.
3. Dr. H. Marzuki Alie, SE., M.M selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
4. Endah Dewi Purnamasari, SE., MM., CFP selaku Dekan Falkutas Ekonomi.
5. Shafiera Lazuardi, SE., M.Sc., CFP., AFA. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
6. Meilin Veronica, SE., MM., Ak., CA selaku dosen pembimbing I dan Try Wulandari, SE., M.Fin., CFP selaku dosen pembimbing II. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
7. Emilda, SE., M.BA., CFP selaku penguji I dan Roswaty, SE., M.Si selaku penguji II. Terima kasih atas waktu telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
8. Seluruh staf tata usaha, staf perpustakaan, dan staf keamanan Universitas GlobalMandiri atas segala bantuannya selama ini.
9. Kedua orang tau tercinta, Ayahanda Renaldi dan Ibu Siti Harma serta

saudaraku, sebagai wujud jawaban dan tanggung jawab atas kepercayaan yang telah diamanatkan kepadaku serta atas cinta dari kasih sayang, kesabaran yang tulus ikhlas membesarkan, merawat dan memberikan dukungan moral dan material serta selalu mendoakan ku selama menempuh pendidikan. Kebahagiaan dan rasa bangga kalian menjadi tujuan hidupku. Semoga Allah senantiasa memuliakan kalian baik di dunia maupun diakhirat. Aaamin.

10. Teman-teman Manajemen angkatan 2020 atas segala kebersamaan dan dukungan baik moral maupun material kepada penulis.
11. Kepada 7 member BTS RM (Kim Nam Joon), JIN (Kim Soek Jin), Suga (Min Yoon Gi), J-Hope (Jung Ho Seok), Jimin (Park Ji Min), V (Kim Tea Hyung), dan Jungkook (Jeon Jeong-Guk). Terima kasih telah menghibur penulis dengan musik dan konten yang member BTS buat.
12. *Last but not least*, terimakasih untuk Dwi Wardani, diri saya sendiri yang telah bekerja keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak Kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan membutuhkan.

Palembang, 22 Januari 2024

Penyusun,

Dwi Wardan

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Perilaku Konsumen, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Eonnie Kpop Store Palembang. Sampel penelitian ini berjumlah 100. Pengumpulan data primer menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil hipotesis parsial (uji t) menunjukkan bahwa perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan pembelian, dimana nilai $t_{hitung} 3,905 > t_{tabel} 1,984$ dan angka signifikansi $0,001 < 0,05$, promosi tidak berpengaruh dan tidak signifikansi terhadap keputusan pembelian dimana nilai $t_{hitung} -1,635 < t_{tabel} 1,984$ dan angka signifikansi $0,105 > 0,05$ dan harga berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan pembelian dimana $t_{hitung} 2,538 > t_{tabel} 1,984$ dan angka signifikansi $0,013 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji hipotesis simultan (uji F) menunjukkan perilaku konsumen, promosi dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Toko Eonnie Kpop Store Palembang. Sedangkan hasil analisa koefisien korelasi yang didapatkan diketahui bahwa variabel perilaku konsumen, promosi dan harga mampu menjelaskan variabel dependen keputusan pembelian sebesar 26,7% dan sisanya 73,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Perilaku Konsumen, Promosi, Harga, Pembelian*

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine consumer behavior, promotions and prices on purchasing decisions at the Eonnie Kpop Store Palembang. The sample for this research was 100. Primary data was collected using a questionnaire. The analytical method used is multiple linear regression analysis. Based on the results of the partial hypothesis (t test) shows that consumer behavior has a positive and significant effect on purchasing decisions, where the t value is $3.905 > t_{table} 1.984$ and the significance number is $0.001 < 0.05$, promotion has no effect and is not significant on purchasing decisions where the t value is $-1.635 < t_{table} 1.984$ and the significance number is $0.105 > 0.05$ and price has a positive and significant effect on purchasing decisions where tcount is $2.538 > t_{table} 1.984$ and the significance number is $0.013 < 0.05$. Based on the results of simultaneous hypothesis testing (F test), it shows that consumer behavior, promotion and price simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions at the Eonnie Kpop Store Palembang. Meanwhile, the results of the correlation coefficient analysis obtained show that consumer behavior, promotion and price variables are able to explain the dependent variable of purchasing decisions by 26.7% and the remaining 73.7% is explained by other variables not examined in this research.

Keywords: *Consumer Behavior, Promotion, Price, Purchasing*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	II
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	III
LEMBAR REVISI	IV
PERYANTAAAN KEASLIAN.....	V
KATA PENGANTAR.....	VI
ABSTRAK	VIII
ABSTRACT	IX
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL.....	XIV
DAFTAR GAMBAR.....	XV
DAFTAR GRAFIK.....	XVI
DAFTAR LAMPIRAN	XVII
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Penelitian	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2. Manfaat Praktis.....	9
1.5. Gambaran Umum Perusahaan	9
BAB II	11
2.1. Pemasaran.....	11
2.1.1. Keputusan Pembelian	12
2.1.2. Dimensi Keputusan Pembelian.....	12
2.1.3. Indikator Keputusan Pembelian.....	14
2.2. Harga.....	15
2.2.1. Dimensi Harga.....	16
2.2.2. Indikator Harga.....	17
2.3. Promosi	18

2.3.1. Tujuan Promosi	19
2.3.2. Dimensi Promosi	20
2.3.3. Indikator Promosi	20
2.4. Perilaku Konsumen.....	22
2.4.1. Dimensi Perilaku Konsumen	23
2.4.2. Indikator Perilaku Konsumen	24
2.5. Penelitian Terdahulu.....	25
2.6. Kerangka Pemikiran.....	31
2.7. Hipotesis.....	33
BAB III.....	34
3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	34
3.2. Objek Penelitian	34
3.3. Waktu dan Tempat Penelitian.....	35
3.4. Batasan Penelitian	35
3.5. Jenis dan Sumber Data	36
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.7. Populasi dan Sampel	38
3.8. Teknik Analisis	40
3.8.1. Uji Validitas.....	40
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	41
3.8.3. Uji Asumsi Klasik	41
3.8.3.1. Uji Normalitas.....	41
3.8.3.2. Uji Multikolinieritas	42
3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.8.4. Analisis Regresi Linier Berganda	43
3.8.4.1. Persamaan regresi	43
3.8.4. Uji Hipotesis	44
3.8.4.1. Uji t (Parsial).....	44
3.8.4.2. Uji F (Simultan)	44
3.8.4.3. Koefisien Korelasi (R)	45
3.8.4.4. Koefisien Determinasi (R^2).....	45

3.9. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
3.9.1. Pengukuran Variabel.....	48
BAB IV	49
4.1. Hasil Penelitian.....	49
4.1.1. Karakteristik Responden	50
4.1.2. Pengujian Validitas dan Reliabilitas	53
4.1.2.1. Uji Validitas	53
4.1.2.2. Uji Reliabilitas	54
4.1.3. Hasil Uji Asumsi Klasik	55
4.1.3.1. Uji Normalitas.....	55
4.1.3.2. Uji Multikolinearitas.....	56
4.1.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.1.4. Analisis Regresi Linear Berganda	58
4.1.5. Pengujian Hipotesis	60
4.1.5.1. Uji t (Parsial).....	60
4.1.5.2. Uji F (Simultan)	63
4.1.6. Uji Korelasi dan Determinasi	64
4.1.6.1. Koefisien Korelasi (R).....	64
4.1.6.2. Koefisien Determinasi (R^2).....	65
4.2. Pembahasan	66
4.2.1. Pengaruh Variabel Perilaku Konsumen, Promosi dan Harga Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.2.2. Pengaruh Variabel Perilaku Konsumen, Promosi dan Harga Secara Parsial Keputusan Pembelian	67
4.2.2.1. Pengaruh Variabel Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.2.2.2. Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.2.2.3. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
BAB V.....	69
5.1. Kesimpulan	69
5.2. Saran	71

DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	46
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	48
Tabel 4. 1 Karakteristik Usia	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Jenis Kelamin	51
Tabel 4. 3 Karakteristik Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4. 4 Karakteristik Pekerjaan	52
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validasi.....	53
Tabel 4. 6 Ikhtisar Uji Reliabilitas Butir-Butir Pernyataan.....	55
Tabel 4. 7 Uji Normalitas	56
Tabel 4. 8 Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4. 9 Uji Regresi Linier Berganda	59
Tabel 4. 10 Uji t (Uji Parsial).....	61
Tabel 4. 11 Uji F (Uji Simultan)	63
Tabel 4. 12 Uji Koefisien Korelasi	64
Tabel 4. 13 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas.....	58

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1. Grafik Penjualan	3
-------------------------------------	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Bimbingan	76
Lampiran 2 Pertanyaan Kuesioner	77
Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden	80
Lampiran 4 Hasil Uji Kualitas Data.....	90
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	93
Lampiran 6 Analisis Regresi Linear Berganda	95
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	96