

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI *MARKETPLACE* SHOPEE
(Studi kasus pada PT X di Jakarta)**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana



RAFIDAH MAHDIAH

1191901022

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Rafidah Mahdiah

NIM : 1191901022

Tanda Tangan : 

Tanggal : 28 Agustus 2023


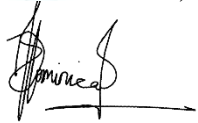

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rafidah Mahdiah
NIM : 1191901022
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga dan Gaya Hidup terhadap
Keputusan Pembelian Melalui *Marketplace* Shopee

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Abdulah Rakhman, Ir., M.M., Dr. ()
Pembahas : Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M ()
Pembahas : Holila Hatta, S.Pd., M.M ()

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 28 Agustus 2023

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan puji dan syukur kepada Allah S.W.T serta anugerah dan kesehatan yang telah diberikan-Nya kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul Pengaruh Persepsi Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian melalui *Marketplace* Shopee (Studi kasus pada PT. X).

Penyusunan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat tugas akhir di Program Studi Manajemen Universitas Bakrie. Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa setiap kata dan kalimat yang tercantum dalam skripsi ini tidak lepas dari bantuan. Bimbingan, dukungan, saran dan nasihat dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Allah S.W.T yang telah memberikan kesehatan, mengabulkan doa-doa penulis, membantu mewujudkan segala keinginan penulis, dan mendengar keluh kesah penulis, dan menunjukkan jalan terbaik untuk penulis sehingga skripsi ini dapat selesai.
2. Abi Jailani, Umi Tuti Handayani, Adik Hana El Adila, dan Adik Nidaush Sholihah yang selalu menyayangi penulis, memberikan doa dan semangat serta mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Abdulah Rakhman, Ir., M.M., Dr selaku pembimbing materi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat dibuat dengan sebaik-baiknya.
4. Ibu Holila Hatta, S.Pd., M.M dan Ibu Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M selaku pembahas tugas akhir yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan masukan sehingga skripsi ini dapat dibuat dengan baik.
5. Dosen-Dosen program studi Manajemen yang telah memberikan ilmu, pengalaman, saran, dan dukungan selama penulis mengemban ilmu di Universitas Bakrie.
6. Seluruh karyawan PT. X yang telah meluangkan waktu untuk memberikan kebutuhan data yang penulis butuhkan sehingga skripsi ini dapat selesai.
7. Teman terdekat: Laily. Terima kasih untuk selalu ada dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Teman-teman Manajemen Batch 12. Terima kasih telah membantu penulis dalam segala hal selama penulis melakukan perkuliahan di Program Manajemen Universitas Bakrie.
9. Pihak-pihak lain yang belum disebutkan di atas. Mohon maaf jika tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala yang telah kalian berikan.

Jakarta, 28 Agustus 2023



Rafidah Mahdiah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rafidah Mahdiah
NIM : 1191901022
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Persepsi Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Marketplace* Shopee”

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia, mengelola dalam bentuk pangkal data, merawat dan mempublikasi Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Dibuat di : Jakarta
Tanggal : 28 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Rafidah Mahdiah

**Pengaruh Persepsi Harga dan Gaya Hidup terhadap
Keputusan Pembelian melalui *Marketplace* Shopee (Studi Kasus pada PT. X)**

Rafidah Mahdiah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi harga (X_1) yang terdiri dari dimensi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat. Variable Gaya Hidup (X_2) yang terdiri dari *activities, interest, opinion*. Sedangkan untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y) yang terdiri dari dimensi pilihan produk, pilihan merek, jumlah pembelian, dan metode pembayaran. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* sebanyak 85 responden pada PT. X. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diketahui hasil uji parsial terdapat pengaruh positif antara X_1 maupun X_2 terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) sedangkan hasil uji simultan terdapat pengaruh yang simultan antara variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y. Saran yang dapat diberikan yaitu konsumen merasa harga yang tidak sesuai atau lebih mahal akan memilih untuk membeli di *marketplace* lain yang lebih murah dengan kualitas yang sebanding dan untuk penelitian selanjutnya diharapkan bisa menambahkan faktor-faktor lain untuk diteliti yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian seperti: kepuasan konsumen, loyalitas konsumen, kualitas produk, citra merek, promosi, *brand ambassador* dan lain sebagainya.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Keputusan Pembelian, Persepsi Harga.

**Pengaruh Persepsi Harga dan Gaya Hidup terhadap
Keputusan Pembelian melalui *Marketplace* Shopee (Studi Kasus pada PT. X)**

Rafidah Mahdiah

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price perceptions and lifestyle on purchasing decisions. the independent variable used in this study is price perception (X1) which consists of the dimensions of price affordability, price compatibility with product quality, price compatibility with benefits. Lifestyle variables (X2) which consist of activities, interests, opinions. Meanwhile, the dependent variable in this study is the Purchase Decision (Y) which consists of the dimensions of product choice, brand choice, purchase amount, and payment method. The research method used in this research is quantitative research method using purposive sampling technique as many as 85 respondents at PT. X. Based on the results of the research that has been carried out, it can be seen that the partial test results have a positive influence between X1 and X2 on variable Y (Purchase Decision), while the simultaneous test results have a simultaneous influence between variables X1 and X2 on variable Y. Suggestions that can be given are that consumers feel that prices are inappropriate or more expensive will choose to buy in other marketplaces that are cheaper with comparable quality and for further research it is hoped that other factors can be studied that can influence purchasing decisions such as: customer satisfaction, customer loyalty, product quality, brand image, promotion, brand ambassadors and so on.

Keywords: Lifestyle, Purchase Decision, Price Perception.

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| UCAPAN TERIMA KASIH..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... | v |
| ABSTRAK | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 12 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 12 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS | 14 |
| 2.1 Persepsi Harga | 14 |
| 2.2 Gaya Hidup | 15 |
| 2.3 Keputusan Pembelian..... | 16 |
| 2.4 Matriks Penelitian terhadap Penelitian Terdahulu..... | 19 |
| 2.5 Kerangka Pemikiran..... | 25 |
| 2.6 Hipotesis Penelitian..... | 27 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 29 |
| 3.1 Populasi dan Sampel | 29 |
| 3.1.1 Populasi | 29 |
| 3.1.2 Sampel..... | 29 |
| 3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data | 29 |
| 3.3 Definisi Variabel Penelitian | 30 |
| 3.4 Metode Analisis Data | 32 |
| 3.4.1 Uji Validitas | 33 |
| 3.4.2 Uji Reliabilitas..... | 33 |
| 3.4.3 Analisis Deskriptif | 34 |
| 3.4.4 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 36 |
| 3.5 Model Penelitian | 38 |

| | |
|---|-----------|
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN..... | 39 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 39 |
| 4.1.1 Karakteristik Responden | 39 |
| 4.1.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 40 |
| 4.1.3 Statistik Deskriptif | 42 |
| 4.1.4 Hasil Uji Hipotesis..... | 47 |
| 4.2 Pembahasan Hasil Penelitian | 51 |
| 4.2.1 Analisis Deskriptif | 51 |
| 4.2.2 Analisis Uji Hipotesis | 52 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 55 |
| 5.1 Kesimpulan | 55 |
| 5.2 Saran | 56 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian | 56 |
| DAFTAR PUSTAKA | 57 |
| LAMPIRAN..... | 60 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Persentase Penggunaan E-Commerce | 4 |
| Gambar 1.2 Konsumsi layanan online | 5 |
| Gambar 1.3 Persaingan Marketplace di Indonesia..... | 6 |
| Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian | 17 |
| Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran | 26 |
| Gambar 3.1 Model Penelitian | 38 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Hasil pra survey tentang <i>marketplace</i> yang digunakan..... | 7 |
| Tabel 1. 2 Hasil pra survey responden bertransaksi pada <i>marketplace</i> | 8 |
| Tabel 1. 3 Hasil pra survey responden jenis produk pada marketplace | 9 |
| Tabel 1.4 Hasil pra survey responden faktor keputusan pembelian..... | 10 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 19 |
| Tabel 3.1 Instrumen Penelitian | 31 |
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden | 39 |
| Tabel 4.2 Usia Responden..... | 39 |
| Tabel 4.3 Frekuensi Belanja Responden | 40 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kuesioner | 41 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner | 42 |
| Tabel 4.6 Rata-Rata Variabel Persepsi Harga..... | 43 |
| Tabel 4.7 Rata-Rata Variabel Gaya Hidup..... | 44 |
| Tabel 4.8 Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian | 45 |
| Tabel 4.9 Rata-Rata Jawaban Responden | 46 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 47 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji F | 48 |