

**PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION
(STUDI KASUS PADA NASHA OUTFIT DI KEDIRI)**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

Anik Rahmawati

NPM : 17419368

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KADIRI
K E D I R I
2021**

PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri dan diterima untuk memenuhi
salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Pada tanggal 10 Juli 2021

Mengesahkan
Universitas Kadiri
Fakultas Ekonomi

Dekan,



Dr. Nur Laely, MM.
NIDN : 0718026001

Tim Penguji :

1. Dr. Sasi Utami, M.M.
NIDN : 0718105801
2. Drs. Ariadi Santoso, M.M.
NIDN : 0707055702
3. Dr. Djunaedi, S.E., M.M.
NIDN : 0701125601


.....

.....

.....

SURAT PERNYATAAN TENTANG ORISINALITAS

Yang bertanda tangan ini, saya :

Nama : Anik Rahmawati

NPM : 17419368

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Jenjang : Sarjana (S1)

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul :

“PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION (STUDI KASUS PADA NASHA OUTFIT DI KEDIRI)”

Apabila suatu saat nanti saya terbukti melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Kediri, 18 Juni 2021



Anik Rahmawati
NPM. 17419368

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rohmat serta hidayat Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Fashion (Studi Kasus Pada Nasha Outfit Di Kediri)” dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri Kediri.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan dan dukungan baik berupa moral, materil maupun spiritual dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Ir. Djoko Rahardjo, MP., selaku Rektor Universitas Kadiri Kediri.
2. Dr. Nur Laely, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri Kediri.
3. Drs. Gandung Satriyono, ST.,MM., selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri
4. Dr. Sasi Utami, M.M. selaku dosen selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan tambahan ilmu, arahan, masukan, saran serta kesabaran dan ketulusan dari awal hingga akhir proses penelitian skripsi.

5. Drs. Ariadi Santoso, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan banyak waktu dan memeberikan tambahan ilmu dan solusi dalam setiap kesulitan penulisan skripsi ini sampai tuntas.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri Kediri yang telah memberikan ilmunya dengan tulus dan ikhlas.
7. Kedua orang tua, Bapak Supardi dan Ibu Karmiatun serta semua keluarga yang tidak lelah mendoakan, mendukung dan memotivasi peneliti untuk segera menyelesaikan penelitian ini.
8. Teman-teman jurusan manajemen angkatan 2017 khususnya teman-teman kelas manajemen B yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan proposal penelitian.
9. Sahabat-sahabat tercinta Umi Nadhifah, Luthfi Maulida, Puspita Dewi K., Luluk Ibrozziah, Vicka Bella F., Novita Resmayanti, Laillatul Indra M., yang telah memberikan dukungan dan do'a dalam penyusunan skripsi ini dan Alm. Miftahul H. yang banyak memberikan motivasi selama hidupnya.
10. Puthut Vayuda V. terimakasih untuk segala dukungan dan do'a yang tiada hentinya.
11. Pemilik gerai Nasha Outfit dan Konsumen Nasha Outfit yang telah bersedia membantu dalam pengisian data penelitian.
12. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini, terimakasih atas bantuannya.

Penulis menyadari bahwa proposal penelitian ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki. Namun besar harapan penulis semoga proposal penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Kediri, 22 Februari 2021

ANIK RAHMAWATI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PENYATAAN TENTANG ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	9
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	9
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	14
2.2.1.1 Pengertian Manajemen.....	14
2.2.1.2 Pengertian Pemasaran.....	16
2.2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	17
2.2.2 Bauran Pemasaran	18
2.2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran	18
2.2.2.2 Unsur-unsur Bauran Pemasaran	19
2.2.3 Promosi.....	22
2.2.3.1 Pengertian Promosi.....	22
2.2.3.2 Tujuan Promosi	23
2.2.3.3 Bauran Promosi	24
2.2.4 Promosi Online.....	27
2.2.4.1 Pengertian Promosi Online.....	27

2.2.4.2 Manfaat Promosi Online.....	28
2.2.4.3 Indikator Promosi Online	30
2.2.5 Persepsi Harga	30
2.2.5.1 Pengertian Persepsi Harga.....	30
2.2.5.2 Tujuan Penentuan Harga	31
2.2.5.3 Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga	33
2.2.5.4 Indikator Persepsi Harga	34
2.2.6 Keputusan Pembelian	35
2.2.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	35
2.2.6.2 Faktor- faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	36
2.2.6.3 Tahap-tahap Keputusan Pembelian	37
2.3 Kerangka Berpikir	41
2.4 Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2 Lokasi dan Periode Penelitian	44
3.3 Populasi dan Sampel	45
3.3.1 Populasi	45
3.3.2 Teknik Penentuan Besar Sampel	45
3.3.3 Teknik Sampling	46
3.4 Sumber Data	46
3.5 Metode Pengumpulan Data	47
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data	47
3.5.2 Uji Instrumen Penelitian Validitas dan Reliabilitas Data.....	48
3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian	50
3.6.1 Pengertian Variabel	50
3.6.2 Pengertian Definisi Operasional Variabel	51
3.7 Metode Analisis Data	54
3.7.1 Uji Asumsi Klasik	54
3.7.1.1 Uji Normalitas	54
3.7.1.2 Uji Multikolinearitas	55
3.7.1.3 Uji Heterokedastisitas.....	56
3.7.1.4 Uji Autokorelasi	56
3.7.2 Analisis Regresi Berganda.....	57

3.7.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	57
3.8 Uji Hipotesis.....	58
3.8.1 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji T)	58
3.8.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.1.1 Sejarah Perusahaan	60
4.1.2 Visi Misi Perusahaan	61
4.1.3 Struktur Organisasi	62
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	62
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	64
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	65
4.4 Analisis Data	68
4.4.1 Uji Validitas.....	68
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	69
4.4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	70
4.4.3.1 Uji Normalitas	70
4.4.3.2 Uji Multikolinearitas	72
4.4.3.3 Uji Heterokedastisitas	73
4.4.3.4 Uji Autokorelasi	74
4.4.4 Uji Regresi Linier Berganda.....	75
4.4.5 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	76
4.5 Penguji Hipotesis.....	77
4.5.1 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji T)	77
4.5.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F)	79
4.6 Pembahasan	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Definisi Operasional	51
Tabel 3.2 Bobot Skala Likert	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	64
Tabel 4.4 Jawaban Responden Terhadap Promosi Online.....	65
Tabel 4.5 Jawaban Responden Terhadap Persepsi Harga	66
Tabel 4.6 Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	69
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov Test.....	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas	73
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	75
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	77
Tabel 4.15 Hasil Uji T Variabel Promosi Online.....	78
Tabel 4.16 Hasil Uji T Variabel Persepsi Harga.....	78
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Jumlah pengguna internet di Indonesia.....	4
Gambar 1.2 : Akun Instagram Nasha Outfit	7
Gambar 1.3 : Akun Shopee Nasha Outfit	7
Gambar 2.1 : Tahap-tahap Keputusan Pembelian.....	40
Gambar 2.2 : Kerangka Berpikir	42
Gambar 4.1 : Logo Nasha Outfit.....	61
Gambar 4.2 : Struktur Organisasi.....	62
Gambar 4.3 : Hasil Uji Normalitas dengan Histogram	71
Gambar 4.4 : Hasil Uji Normalitas dengan Kurva Normal P-Plot.....	71
Gambar 4.5 : Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 RIWAYAT HIDUP	90
Lampiran 2 KUESIONER PENELITIAN	91
Lampiran 3 TABULASI DATA KUESIONER.....	94
Lampiran 4 HASIL ANALISIS DATA DENGAN SPSS	99
Lampiran 5 LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI	105
Lampiran 6 BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL	107
Lampiran 7 LEMBAR PERSETUJUAN MENGIKUTI SEMINAR PROPOSAL	108
Lampiran 8 LAPORAN PLAGIASI	109