

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *VOUCHER* INTERNET XL
DI LAMONGAN**

SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
UNTUK MENYUSUN SKRIPSI S-1 PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



Diajukan Oleh:

INA YULISTIOWATI ASTUTIK
19012010049

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SURABAYA

2023

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *VOUCHER* INTERNET XL
DI LAMONGAN**

Disusun Oleh:

INA YULISTIOWATI ASTUTIK
19012010049

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 28 Agustus 2023

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si.
NIP. 196508141991032001

Pembimbing,
Pembimbing Utama

Drs. Ec. Hery Pudjoprastvono M.M
NIP. 196203181988031002

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

12 SEP 2023

Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP.
NIP. 196304201991032001

**SURAT PERNYATAAN
ORISINALITAS KARYA**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Ina Yulistiowati Astutik
NPM : 19012010049
NIK : 3524076206000002
Tempat/Tanggal Lahir : Lamongan/22 Juni 2000
Alamat : Jl. Goro Imbo, Ds. Labuhan Kec. Brondong
Kab. Lamongan
Judul Artikel : Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian *Voucher* Internet XL di
Lamongan

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri,
serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur
paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme
maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkannya gelar akademik
yang telah saya raih.

Surabaya, 5 September 2023

Yang Menyatakan


Ina Yulistiowati Astutik

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun Skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Voucher* Internet XL Di Lamongan”**.

Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dengan terselesaikan skripsi ini, maka penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian penyusunan Skripsi ini, yaitu kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M,MT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra.Ec. Nurjanti Takarini, M.Si, selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono.M.M. selaku Dosen Pembimbing peneliti. Terimakasih atas segala bimbingan, motivasi, nasehat dan segala kontribusi selama peneliti menyusun skripsi ini.

5. Seluruh Bapak/ Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu selama menempuh pendidikan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Seluruh staf perpustakaan dan staf karyawan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan pelayanan dan membantu kelancaran proses penyusunan skripsi ini.
7. Kedua Orang Tua dan segenap keluarga besar yang telah memberikan kasih sayang dan dukungan baik secara moral, material, maupun doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dan penelitian dengan baik.
8. Ridho Facruddin yang selalu memberikan semangat, motivasi dari awal hingga selesai sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dengan baik.
9. Teman-teman seangkatan dan kakak tingkat yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis dalam proses penyusunan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Penulis

Ina Yulistiowati Astutik

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Pemasaran.....	18
2.2.2 Persepsi Harga.....	19
2.2.3 Promosi.....	20
2.2.4 Keputusan Pembelian	23
2.3 Hubungan Antar Variabel	25
2.3.1 Hubungan Antara Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian ...	25
2.3.2 Hubungan Antara Promosi Dengan Keputusan Pembelian	26
2.4 Kerangka Konseptual	27

2.5 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	29
3.1.1 Variabel Independen	29
3.1.2 Variabel Dependen	31
3.1.3 Pengukuran Variabel	31
3.2 Teknik Penentuan Sampel	32
3.2.1 Populasi	32
3.2.2 Sampel	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.3.1 Jenis Dan Sumber Data	34
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	35
3.4 Uji Validtasi Reabilitas	35
3.4.1 Uji Validasi	35
3.4.2 Uji Reabilitas	36
3.5 Teknik Analisi Dan Hipotesis	36
3.5.1 Teknik Analisis	36
3.5.2 Model Indikator Reflektif Dan Indikator Formatif	38
3.5.3 Cara Kerja PLS	41
3.5.4 Model Sepesifikasi PLS	41
3.5.5 Langkah-Langkah PLS	42
3.5.6 Asumsi PLS	50
3.5.7 Ukuran Sampel	50

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	51
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	51
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
4.2.2 Deskripsi Variabel dan Indikatornya.....	54
4.3 Analisis Data	58
4.3.1 Evaluasi Outlier	58
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS	59
4.4 Pembahasan	70
4.4.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
4.4.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Internet di Indonesia Tahun 2021	2
Gambar 1.2 Data Penjualan <i>Voucher</i> Internet XL di Bimbi Cell Lamongan.....	5
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	27
Gambar 3.1 Model Indikator Reflektif.....	39
Gambar 3.2 Model Indikator Pormatif	40
Gambar 3.3 Model Diagram Alur PLS	44
Gambar 4.1 Diagram Jalur Hasil Output PLS.....	66
Gambar 4.2 Inner Model Nilai Signifikasi T-Statistic	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Simcard Tahun 2019 - 2022	3
Tabel 1.2 Daftar Harga <i>Voucher</i> Internet.....	6
Tabel 1.3 Hasil Pra Survey Pengguna XL di Kecamatan Brondong	8
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.3 Hasil Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga.....	54
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Mengenai Promosi	55
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4.6 Outlier Data Residuals Statistics.....	59
Tabel 4.7 Outlier Loadings	60
Tabel 4.8 Cross Loading	62
Tabel 4.9 Everage Variance Extracted (AVE).....	63
Tabel 4.10 Composite Reability.....	64
Tabel 4.11 Latent Variable Correlations	65
Tabel 4.12 R-Square.....	67
Tabel 4.13 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kusioner Penelitian	78
Deskriptif Data Jawaban Responden	83
Tabel Frekuensi Jawaban Responden	84
Uji Outlier	87
Hasil Olah Data PLS	88

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *VOUCHER* INTERNET XL
DI LAMONGAN**

Oleh:

Ina Yulistiowati Astutik

19012010049/FEB/EM

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian *voucher* internet XL di Lamongan. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dimana variabel dependen adalah keputusan pembelian dan variabel independent dalam penelitian ini adalah persepsi harga dan promosi. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 60 konsumen *voucher* internet XL di Bimbicell Lamongan. Pengambilan sampel menggunakan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling melalui penyebaran kuesioner. Analisis data dilakukan dengan metode Structural Equation Modeling (SEM) berbasis komponen dengan menggunakan alat analisis Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *voucher* internet XL di Lamongan, 2) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *voucher* internet XL di Lamongan.

Kata Kunci: Persepsi Harga; Promosi; Keputusan Pembelian