

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN DI KOTA SURABAYA
(STUDI PADA APLIKASI SHOPEE FOOD)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh

LEVY MOCHAMMAD TSAQIF
19012010368/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2023**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MIE GACOAN DI KOTA SURABAYA
(Studi pada Aplikasi Shopee Food)**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh:

**LEVY MOCHAMMAD TSAQIF
19012010368**

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 MIE GACOAN DI KOTA SURABAYA
(Studi pada Aplikasi Shopee Food)**

Disusun Oleh :

LEVY MOCHAMMAD TSAQIF
19012010368/FEB/EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal: 15 September 2023**

**Kordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Pembimbing

Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si.
NIP. 196901132021212003

Ugy Soebiantoro, S.E., M.M.
NIP. 196708182021211001

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

15 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 : Levy Mochammad Tsaqif
NPM : 19012010368
NIK : 3578041705010001
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya / 17 Mei 2001
Alamat : Bagong Ginayan 7/26, Ngagel, Surabaya
Judul Artikel : Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan di Kota Surabaya (Studi Pada Aplikasi Shopee Food)

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, 15 September 2023

Yang menyatakan



Levy Mochammad Tsaqif

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. atas ridha-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal ini. Adapun judul proposal yang penulis ajukan adalah **“PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN (Studi Pada Aplikasi Shopee Food)”**. Penulis menyadari bahwa selesainya penyusunan proposal ini tidak jauh dari bantuan beberapa pihak. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya, terutama kepada Bapak Ugy Soebiantoro, S.E., M.M. selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan, motivasi, dan dukungan guna menyelesaikan penyusunan proposal.

Penulis juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah terlibat dan membantu menyelesaikan penyusunan proposal ini, diantaranya :

1. Yth. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Prtiwi, M.Si, CFP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Yth. Ibu Nurjanti takarini, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Yth. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
4. Kedua Orang tua penulis yang senantiasa memberikan dukungan serta doa kepada penulis dalam menyelesaikan proposal ini
5. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Dalam penelitian proposal ini penulis menyadari bahwa masih jauh dari kata sempurna baik dari segi teknis maupun penyusunan. Akhir kata, penulis berharap semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan proposal yang penulis buat. Penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan Rahmat bagi kita semua.

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	I
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA.....	II
KATA PENGANTAR	III
DAFTAR ISI.....	IV
DAFTAR GAMBAR	VIII
DAFTAR TABEL.....	IX
DAFTAR LAMPIRAN.....	X
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Manfaat Penelitian	13
BAB II.....	16
TINJAUAN TEORI	16
2.1. Penelitian Terdahulu	16
2.2. Landasan Teori	21
2.2.1. Manajemen Pemasaran	21
2.2.2. Keputusan Pembelian	22

2.2.2.1. Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian	23
2.2.2.2. Indikator Keputusan Pembelian	24
2.2.3. Persepsi Harga	24
2.2.4.2. Indikator Persepsi Harga	26
2.2.4. Promosi	27
2.2.4.1. Jenis – Jenis Promosi	29
2.2.4.2. Strategi Bauran Promosi	32
2.2.4.3. Indikator Promosi	33
2.3. Hubungan antar Variabel	33
2.3.1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap keputusan pembelian	33
2.3.2. Pengaruh Promosi Terhadap keputusan pembelian	34
2.4. Kerangka Konseptual	36
2.5. Hipotesis	36
BAB III	36
METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1. Definisi Operasional	36
3.1.1. Variabel Independen (X)	36
3.1.2. Variabel Dependen (Y)	37
3.2. Pengukuran Variabel	38
3.3.1. Populasi	39

3.3.2. Sampel.....	39
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1. Jenis Data.....	40
3.4.2 Sumber Data.....	40
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	41
3.6. Uji Validitas dan Reabilitas.....	41
3.6.1. Uji Validitas.....	41
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	42
3.7. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	42
3.7.1. Teknik Analisis data.....	42
3.7.2. Model Indikator Refleksif dan Indikator Formatif.....	43
3.7.2.1. Model Indikator Reflektif.....	43
3.7.2.2. Model Indikator Formatif.....	45
3.7.3. Kepuasan Metode Partial Least Square (PLS).....	46
3.7.3.1. Pengukuran Metode Least Square (PLS).....	47
3.7.3.2. Langkah – Langkah PLS.....	47
3.7.4. Asumsi PLS.....	54
3.7.5. Ukuran Sampel.....	54
BAB IV.....	56
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	56
4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian	56
4.2.1 Karakteristik Responden	56
4.2.2 Deskripsi Variabel	57
4.3 Analisis Data	64
4.3.1 Evaluasi Outlier	64
4.3.2 Interpretasi Hasil Olah Data PLS	65
4.4 Pembahasan	74
4.4.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	74
4.4.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	75
BAB V.....	76
KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Top Brand E-Commerce di Indonesia 2020.....	5
Gambar 1.2	Restoran Mie Pedas Terlaris.....	8
Gambar 1.3	Review Seluruh Cabang “Mie Gacoan” di Kota Surabaya	10
Gambar 1.4	Ulasan Pelanggan “Mie Gacoan” di Kota Surabaya	10
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	36
Gambar 3. 1	Model Indikator Refleksi.....	44
Gambar 3.2	Model Indikator Formatif.....	46
Gambar 3.3	Diagram Jalur PLS	48
Gambar 4.1	Gambar Outer Model dengan Factor Loading, Path	71
Gambar 4.2	Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic	74

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga (X1)	58
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Promosi (X2)	60
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan (Y)	62
Tabel 4.5 Outer Loading (Mean, STDEV, T-Values).....	66
Tabel 4.6 Cross Loading	67
Tabel 4.7 Average Variance Extracted (AVE)	68
Tabel 4.8 Composite Reliability	69
Tabel 4.9 Composite Reliability	70
Tabel 4.10 R-Square.....	72
Tabel 4.11 Path Coefficients (<i>Mean, STDEV, T-Value, P-Value</i>).....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Penelitian 1 : Kuisisioner Penelitian	81
Lampiran Penelitian 2 : Tabulasi Data	83
Lampiran Penelitian 3 : Hasil Olah Data PLS	86

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN DI KOTA SURABAYA
(STUDI PADA APLIKASI SHOPEE FOOD)**

Oleh :

Levy Mochammad Tsaqif

Abstrak

"Mie Gacoan" adalah sebuah merk dagang dari jaringan restaurant mie pedas no 1 di indonesia, yang menjadi anak perusahaan PT Pesta Pora Abadi. Berdiri sejak awal tahun 2016, saat ini merk "Mie Gacoan" telah tumbuh menjadi market leader, utamanya di provinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Kepulauan Bali, dan sedang dalam jalur kuat utk berekspansi menjadi merk terbesar nomor 1 secara nasional. Tujuan dari penelian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan di Kota Surabaya (Studi pada aplikasi Shopee Food).. Dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa : (1) Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (2) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Persepsi Harga; Promosi; Keputusan Pembelian