

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN PT. SEMEN INDONESIA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

DZIKRI KURNIAWAN

20012010290/FEB/EM

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

2025

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN PT.SEMEN INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Meperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

DZIKRI KURNIAWAN

20012010290/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2025**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PT. SEMEN INDONESIA**


Disusun Oleh :


DZIKRI KURNIAWAN
20012010290 / 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 Januari 2025

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Pembimbing Utama


Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIPPPK. 196901132021212003


Drs. Zawawi, SE,MM,M.Pd
NIPPPK. 19620728202121100

Mengetahui,

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


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

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dzikri Kurniawan
NPM : 20012010290
Fakultas /Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap
Minat Beli Konsumen PT. Semen Indonesia

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 14 November 2025



(Dzikri Kurniawan)
NPM. 20012010290

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat limpahan karunia-Nya, saya berhasil menyelesaikan usulan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen PT. Semen Indonesia”. Usulan ini untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, saya mengetahui bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat terwujud tanpa dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasihat dari banyak pihak. Maka sebab itu, saya ingin menyampaikan terima kasih yang sangat besar kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CFP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Drs. Zawawi, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing yang sudah berkontribusi dalam bentuk bantuan, motivasi, dukungan, serta pengorbanan waktu yang berharga dalam proses penyusunan usulan penelitian ini.

5. Alfiandi Imam Maward, S.Hub.Int., M.A.B., selaku Dosen Wali di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Seluruh staf dosen dan pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang sudah memberikan bantuan dalam proses penyusunan usulan penelitian ini.
7. Kedua orang tua saya yang sudah memberikan dukungan doa, motivasi, dan finansial selama saya menempuh pendidikan.
8. Seluruh sahabat penulis yang telah mendukung, membantu, dan mendengarkan keluh kesah penulis dalam setiap proses penulis Menyusun skripsi ini.

Akhir kata, saya menyadari bahwa tidak ada karya yang sempurna, termasuk skripsi ini. Sebab itu, saya mohon maaf atas segala kesalahan yang mungkin terjadi. Semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat untuk para pembaca serta bisa menjadi referensi untuk perkembangan yang lebih baik. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan ridha-Nya kepada kita semua.

Surabaya, 03 Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan	7
1.4 Manfaat	8
BAB II	9
KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Pemasaran	12
2.2.2. Perilaku Konsumen	15
2.2.3. Persepsi Harga.....	19
2.2.4. Promotion (Promosi).....	22
2.2.5. Minat Beli	26
2.3. Hubungan Antar Variabel	28
2.3.1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	28
2.3.2. Pengaruh Promosi Terhadap Minat beli.....	29
2.4. Kerangka Konseptual	31
2.5. Hipotesis.....	32
BAB III.....	33
METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1. Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
3.1.1. Operasional Variabel.....	33
3.1.2. Pengukuran Variabel.....	35
3.2. Teknik Penentuan Sampel.....	36
3.2.1. Populasi	36

3.2.2. Sampel.....	37
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.3.1. Jenis data	39
3.3.2. Sumber Data.....	40
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.4.1 Uji Validitas	41
3.4.2. Uji Reliabilitas	42
3.5. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	42
3.5.1. Teknik Analisis	42
3.5.2. Cara Kerja Partial Least Squares.....	43
3.5.3. Model Spesifikasi Partial Least Squares	44
3.5.4. Langkah – Langkah Partial Least Squares	45
3.5.5. Asumsi Partial Least Squares.....	51
3.5.6. Ukuran Sampel.....	51
BAB IV	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	53
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1.2. Penyajian Data	56
4.2. Deskripsi Hasil Analisis Penelitian.....	66
4.2.1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	66
4.2.2. Analisis Model PLS (<i>Partial Least Square</i>)	73
4.2.3. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	74
4.2.4. Pengujian Hipotesis.....	76
4.3. Pembahasan.....	78
4.3.1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen.....	78
4.3.2. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen	83
BAB V.....	88
KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1. Kesimpulan	88
5.2. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Presentase Laba PT. Semen Indonesia 2018 - 2022	3
Tabel 1. 2 Daftar Harga dan Jenis Semen Tahun 2023.....	5
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4. 3 Variabel Persepsi Harga dan Indikator	60
Tabel 4. 4 Variabel Promosi dan Indikator	62
Tabel 4. 5 Variabel Minat Beli dan Indikator	61
Tabel 4. 6 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)	67
Tabel 4. 7 Cross Loading	69
Tabel 4. 8 <i>Average Variance Extracted</i>	70
Tabel 4. 9 <i>Composite Reliability</i>	71
Tabel 4. 10 <i>Latent Variable Correlations</i>	71
Tabel 4. 11 <i>R-Square</i>	72
Tabel 4. 12 <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)</i>	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Semen Indonesia.....	1
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	31
Gambar 3. 1 Struktur Langkah PLS.....	43
Gambar 3. 2 Diagram Jalur.....	47
Gambar 4. 1 Logo PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.....	56
Gambar 4. 2 <i>Outer Model (Factor Loading, Path Coefficients dan R-Square)</i>	70
Gambar 4. 3 <i>Inner Model (Bootstrapping)</i>	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	98
Lampiran 2. Tabulasi Data Hasil Jawaban Responden.....	92
Lampiran 3. Hasil Analisis <i>Partial Least Square</i>	95

**” PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN PT. SEMEN INDONESIA ”**

OLEH:

DZIKRI KURNIAWAN

20012010290/FEB/EM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga dan promosi terhadap minat beli konsumen PT. Semen Indonesia di Kota Surabaya. Dengan pendekatan kuantitatif dan metode survei, data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis skala Likert dari 100 responden yang dipilih secara accidental sampling. Analisis data menggunakan teknik Partial Least Squares (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga (nilai path coefficient 0,417; $p < 0,05$) dan promosi (nilai path coefficient 0,389; $p < 0,05$) berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen. Model penelitian mampu menjelaskan 50,6% variansi minat beli konsumen, dengan kontribusi terbesar berasal dari persepsi harga. Hasil ini menguatkan penelitian sebelumnya bahwa harga yang kompetitif dan strategi promosi efektif dapat meningkatkan minat beli.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan.

