

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN
SHOPEEFOOD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN
DAMPAKNYA PADA MINAT BELI ULANG (STUDI KASUS
PADA KONSUMEN SHOPEEFOOD DI KOTA BEKASI)**

***THE INFLUENCE OF SHOPEEFOOD PRICES AND SALES
PROMOTIONS ON PURCHASING DECISIONS AND ITS
IMPACT ON REPURCHASE INTEREST (CASE STUDY OF
SHOPEEFOOD CONSUMERS IN BEKASI CITY)***

Oleh

Rani Dwi Yuliana Dewi

2018410236

SKRIPSI

Untuk memenuhi gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi

Manajemen pada Universitas Darma Persada



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA 2023

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN SHOPEEFOOD
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA PADA
MINAT BELI ULANG**

(Studi Kasus Konsumen Shopeefood Kota Bekasi)

***THE INFLUENCE OF SHOPEEFOOD PRICES AND SALES
PROMOTIONS ON PURCHASING DECISIONS AND ITS IMPACT ON
REPURCHASE INTEREST***

(Case Study Of Shopeefood Consumers In Bekasi City)

Oleh :


Rani Dwi Yuliana Dewi


2018410236


SKRIPSI

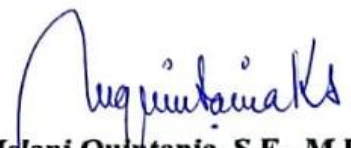
**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Darma
Persada**

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal 10 Agustus 2023 dengan nilai B+

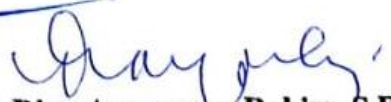

Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si
Dosen pembimbing


Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M
Penguji I


Ellena Nurfazria H, S.E., M.M
Penguji II


Dr. Melani Qulutania, S.E., M.Pd
Penguji III


Sukardi, S.E., M.M
Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si
Ketua Program Studi Manajemen

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang dibawah ini :

Nama : Rani Dwi Yuliana Dewi
Nim : 2018410236
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Promosi Penjualan Shopeefood Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang (Studi Kasus Konsumen Shopeefood Kota Bekasi)

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitia penguji skripsi.

Jakarta, 31 Juli 2023

Mengetahui,

Menyetujui,



(Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E.,M.Si.)
Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E.,M.Si.)
Dosen Pembimbing

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rani Dwi Yuliana Dewi

NIM : 2018410236

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul Pengaruh Harga, Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Ulang yang dibimbing oleh ibu Melani Quintania, S.E., M.Pd adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 31 Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Rani Dwi Yuliana Dewi

ABSTRAK

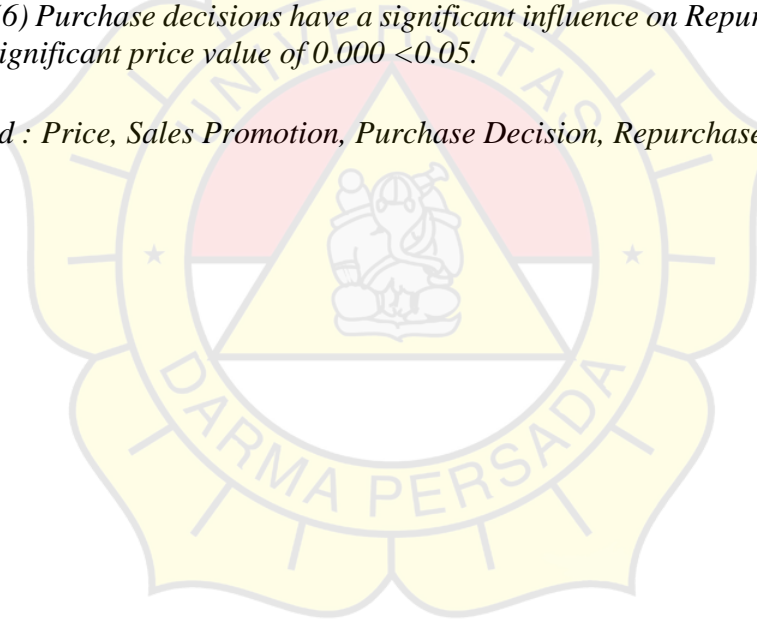
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga (X1) dan Promosi Penjualan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Z) Konsumen Yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang (Y) Shopeefood. Penelitian ini menggunakan metode bersifat kuantitatif. Jumlah responden sebanyak 100 responden yang melakukan transaksi pemesanan Shopeefood yang berdomisili di Bekasi , minimal dalam 2 kali selama 3 bulan terakhir. alat analisis yang digunakan yaitu analisis jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan (1) Harga dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian memiliki pengaruh signifikan melalui Minat Beli Ulang secara tidak langsung sebesar 0,220 dan 0,245 lebih besar dari pada pengaruh langsung sebesar 0,215 ,0,236 dan 0,509. (2) Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan angka signifikan Harga sebesar $0,000 < 0,05$. (3) Promosi Penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan angka signifikan Promosi Penjualan sebesar $0,000 < 0,05$. (4) Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang dengan angka signifikan Harga sebesar $0,000 < 0,05$. (5) Promosi Penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang dengan angka signifikan Harga sebesar $0,000 < 0,05$. (6) Keputusan Pembelian memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang dengan angka signifikan Harga sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : Harga , Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian, Minat Beli Ulang

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price (X1) and sales promotion (X2) on consumer purchasing decisions (Z) which have an impact on ShopeeFood's repurchase intention (Y).. This research uses a quantitative method. The number of respondents was 100 respondents who made ShopeeFood ordering transactions who are domiciled in Bekasi, at least 2 times in the last 3 months. The analytical tool used is path analysis. The results of this study indicate (1) Price and Sales Promotion on Purchasing Decisions have a significant influence through Repurchase Interest indirectly by 0.220 and 0.245 greater than the direct effect of 0.215, 0.236 and 0.509, (2) Price has a significant influence on purchasing decisions with a significant price value of 0.000 <0.05. (3) Sales Promotion has a significant influence on Purchase Decision with a significant number of Sales Promotion of 0.000 <0.05. (4) Price has a significant effect on Repurchase Intention with a significant price value of 0.000 <0.05. (5) Sales promotion has a significant effect on Repurchase Intention with a significant price value of 0.000 <0.05. (6) Purchase decisions have a significant influence on Repurchase Intention with a significant price value of 0.000 <0.05.

Keyword : Price, Sales Promotion, Purchase Decision, Repurchase Interest



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumWr.Wb.

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat serta hidayah-Nya terutama nikmat kesempatan dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul **“PENGARUH HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN SHOPEEFOOD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA PADA MINAT BELI ULANG (STUDI KASUS PADA KONSUMEN SHOPEEFOOD DI KOTA BEKASI)”** disusun untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Progam Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada.

Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, kerja sama, bimbingan, saran dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Ibu Melani Quintania, S.E., M.Pd. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam menyusun skripsi ini.
2. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu mendukung dan mendo'akan penulis selama ini.
3. Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.

4. Bapak/Ibu selaku dosen penguji serta seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah memberikan ilmu kepada penulis.
5. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
6. Seluruh rekan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu telah memberikan dukungan, bantuan dan motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi.

Semoga segala kebaikan kalian memperoleh balasan yang setimpal oleh Allah SWT. Penulis menyadari adanya ketidaktepatan, kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang terkait.

Jakarta, 31 Juli 2023

Rani Dwi Yuliana Dewi

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah	11
1.2.1 Identifikasi Masalah	11
1.2.2 Pembatasan Masalah	12
1.2.3 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	16
2.1 Pemasaran	16
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	17
2.1.1.1 Tujuan Manajemen Pemasaran	18
2.1.1.2 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	19
2.1.2 Bauran Pemasaran	20
2.2 Harga	23
2.2.1 Pengertian Harga	23
2.2.2 Dimensi Harga.....	23
2.3 Promosi.....	25
2.3.1 Pengertian Promosi.....	25
2.3.2 <i>Promotion Mix</i>	26
2.3.3 Pengertian Promosi Penjualan	26
2.3.4 Alat-alat Promosi Penjualan	27
2.3.5 Dimensi Promosi	28
2.4 Keputusan Pembelian	29
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	29
2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	33
2.4.3 Proses Keputusan Pembelian.....	37
2.4.4 Peran Konsumen dalam Keputusan Pembelian	39
2.4.5 Dimensi Keputusan Pembelian.....	40
2.5 Minat Beli Ulang	41
2.5.1 Pengertian Minat Beli Ulang	41
2.5.2 Dimensi Minat Beli Ulang.....	43
2.6 Penelitian Terdahulu	44

2.7 Kerangka Pemikiran	49
2.8 Hipotesis Penelitian	52
2.9 Paradigma Penelitian	54
BAB III METODE PENELITIAN.....	55
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	55
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	56
3.2.1 Waktu Penelitian.....	56
3.2.2 Tempat Penelitian	56
3.3 Operasional Variabel	56
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data	61
3.4.1 Jenis dan Sumber Data	61
3.4.2 Cara Penentuan Data	62
3.4.3 Teknik Sampling Data.....	64
3.5 Teknik Pengumpulan Data	65
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	67
3.6.1 Uji Keabsahan Data	67
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	70
3.6.3 Alat Analisis Yang Digunakan	73
3.6.4 Uji Hipotesis	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	80
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	80
4.1.1 Sejarah Shopeefood	80
4.2 Hasil Penelitian.....	81
4.2.1 Profil Responden	81
4.2.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	92
4.2.3 Uji Keabsahan Data.....	131
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	135
4.2.5 Analisis Data	140
BAB V PENUTUP	157
5.1 Kesimpulan.....	157
5.2 Saran.....	158
DAFTAR PUSTAKA	159
LAMPIRAN.....	163

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	59
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	68
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	82
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	83
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	83
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Domisili	84
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Aplikasi Pesan Antar Yang Sering Digunakan	85
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Membeli Makanan di Shopeefood Selama 1 bulan	86
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Perbulan Untuk Memesan Makanan di Aplikasi Shopeefood.....	87
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Dimana Mengetahui Aplikasi Shopeefood.....	88
Tabel 4.10 Profil Responden Berdasarkan Jenis Makanan dan Minuman Yang Sering Dibeli	89
Tabel 4.11 Profil Responden Berdasarkan Terakhir Kali Membeli Makanan/Minuman Di Shopeefood.....	90
Tabel 4.12 Profil Responden Berdasarkan Alasan Membeli Makanan/Minuman Di Shopeefood.....	91
Tabel 4.13 Harga produk Shopeefood terjangkau sesuai dengan pendapatan masyarakat	92
Tabel 4.14 Produk Shopeefood bervariasi dapat disesuaikan dengan harga.....	93
Tabel 4.15 Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan saya	94
Tabel 4.16 Harga produk Shopeefood sesuai dengan kualitas produk yang dirasakan	94
Tabel 4.17 Harga sesuai dengan kualitas yang diinginkan.....	95
Tabel 4.18 Harga sesuai dengan bahan makanan yang digunakan.....	96
Tabel 4.19 Harga lebih murah bila dibandingkan dengan harga di Aplikasi Lainnya	97
Tabel 4.20 Harga produk cukup bersaing bila dibandingkan dengan Aplikasi lain dengan toko yang sama.....	97
Tabel 4.21 Harga produk dibantu dengan diskon membuat lebih menarik dari Aplikasi lain.....	98
Tabel 4.22 Harga Produk Shopeefood sesuai dengan manfaat yang dirasakan	99
Tabel 4.23 Harga Produk Shopeefood memiliki manfaat yang bagus dibanding produk lain	100
Tabel 4.24 Harga Produk Shopeefood disesuaikan dengan manfaat penggunaan pesan antar	101

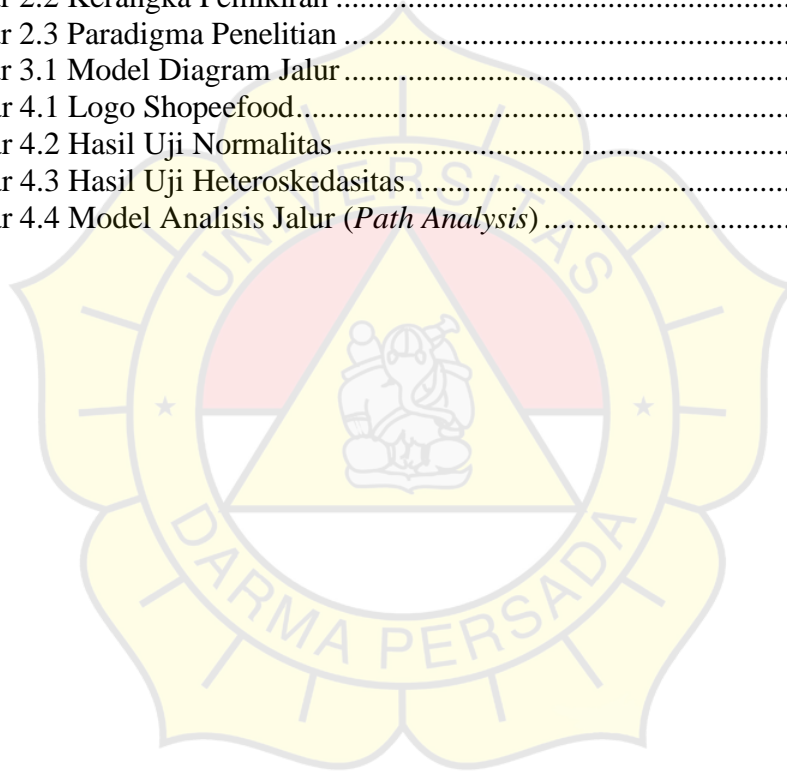
Tabel 4.25	Shopeefood dapat dipesan via aplikasi.....	102
Tabel 4.26	Shopeefood memberikan informasi terbaru pada promosi onlinenya di sosial media	102
Tabel 4.27	Informasi mengenai shopeefood dapat saya lihat melalui baliho spanduk	103
Tabel 4.28	Shopeefood mempromosikan produknya melalui sosial media....	104
Tabel 4.29	Shopeefood memberikan pada konsumen yang membayar secara tunai ataupun digital	105
Tabel 4.30	Promosi yang dilakukan shopeefood dengan melakukan pembelian minimal Rp.40.000 akan mendapat diskon s/d Rp.24.000 di aplikasi Shopee	106
Tabel 4.31	Voucher gratis ongkir yang diberikan Shopeefood berlangsung diwaktu yang sangat tepat	107
Tabel 4.32	Waktu untuk tiap sesi Flash sale Shopeefood dilakukan pada waktu tertentu saja	107
Tabel 4.33	Shopeefood selalu mengadakan diskon 60% setiap hari.....	108
Tabel 4.34	Flash Sale yang sering dilakukan oleh Shopeefood membuat saya mengingat promosi tersebut	109
Tabel 4.35	Shopee mengadakan flash sale secara besar-besaran pada beberapa tanggal tertentu setiap bulannya (seperti: 6.6, 9.9, 12.12)	110
Tabel 4.36	Aplikasi pesan antar Shopeefood sering memberikan promosi penjualan lebih menarik dibandingkan aplikasi pesan antar lainnya.....	111
Tabel 4.37	Saya membeli makanan/minuman di shopeefood untuk memenuhi kebutuhan	112
Tabel 4.38	Saya memiliki keinginan untuk membeli makanan/minuman di shopeefood.....	113
Tabel 4.39	Berbelanja makanan/minuman di shopeefood merupakan pilihan alternatif untuk memenuhi kebutuhan.....	113
Tabel 4.40	Saya berkeinginan untuk mencoba berbelanja makanan/minuman di shopeefood.....	114
Tabel 4.41	Saya memutuskan untuk mencoba makanan/minuman di Shopeefood	115
Tabel 4.42	Saya yakin untuk mencoba makanan/minuman di shopeefood merupakan keputusan yang tepat	116
Tabel 4.43	Saya merasa puas berbelanja makanan/minuman di shopeefood.....	117
Tabel 4.44	Saya merasa produk atau layanan yang ditawarkan pada di shopeefood berkualitas	117
Tabel 4.45	Saya menggunakan jasa shopeefood karena sesuai dengan harga dan kualitas yang saya harapkan	118
Tabel 4.46	Saya bermaksud untuk membeli kembali produk atau layanan dari shopeefood di masa depan.....	119
Tabel 4.47	Saya berniat dan berencana untuk terus menggunakan shopeefood di masa depan	120
Tabel 4.48	Hasil yang sesuai dengan harapan saya sehingga saya akan menggunakan jasa dari shopeefood kembali	121

Tabel 4.49	Saya berniat membeli makanan/minuman di shopeefood	122
Tabel 4.50	Saya tertarik menggunakan shopeefood karena banyak promonya	122
Tabel 4.51	Saya berkeinginan untuk melakukan transaksi kembali di Shopeefood	123
Tabel 4.52	Saya akan merekomendasikan berbelanja di shopeefood kepada teman	124
Tabel 4.53	Saya akan memberi tahu orang lain aspek positif tentang berbelanja di shopeefood.....	125
Tabel 4.54	Saya berminat merekomendasikan shopeefood kepada keluarga	126
Tabel 4.55	Saya menjadikan shopeefood sebagai pilihan utama ketika berbelanja makanan/minuman.....	126
Tabel 4.56	Saya akan berusaha untuk selalu menggunakan shopeefood dalam berbelanja makanan/minuman	127
Tabel 4.57	Saya memilih menggunakan produk shopeefood dalam memenuhi kebutuhan.....	128
Tabel 4.58	Saya mencari informasi tentang pengalaman belanja di shopeefood sebelum akhirnya menggunakannya	129
Tabel 4.59	Saya mencari informasi mengenai promo yang ditawarkan oleh shopeefood	130
Tabel 4.60	Saya berusaha mencari informasi lebih banyak mengenai kelebihan apa saja yang disediakan shopeefood	130
Tabel 4.61	Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	132
Tabel 4.62	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	133
Tabel 4.63	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi Penjualan	134
Tabel 4.64	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	134
Tabel 4.65	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Ulang	134
Tabel 4.66	Hasil Uji Normalitas	136
Tabel 4.67	Hasil Uji Multikolinearitas	137
Tabel 4.68	Hasil Uji Autokorelasi	139
Tabel 4.69	Pengaruh Harga (X1) dan Promosi Penjualan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Z) Yang Berdampak Pada Minat Beli (Y)	140
Tabel 4.70	Pengaruh Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Z)	146
Tabel 4.71	Pengaruh Promosi Penjualan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Z)	148
Tabel 4.72	Pengaruh Harga (X1) Terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	150
Tabel 4.73	Pengaruh Promosi Penjualan (X2) Terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	152
Tabel 4.74	Pengaruh Keputusan Pembelian (Z) Terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	155

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Metode Memesan Makanan Siap Santap Selama Seminggu.....	2
Gambar 1.2 Alasan Membeli Makanan Secara <i>Online</i> 2019	3
Gambar 1.3 Layanan Pesan Antar Favorit 2022.....	5
Gambar 1.4 Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan 2021	7
Gambar 1.5 GAP komentar Pengguna shopeefood di instagram Shopee	8
Gambar 2.1 Model Proses Pengambilan Keputusan	37
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	51
Gambar 2.3 Paradigma Penelitian	56
Gambar 3.1 Model Diagram Jalur	76
Gambar 4.1 Logo Shopeefood.....	80
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	135
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedasitas.....	138
Gambar 4.4 Model Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	144



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	164
Lampiran 2 Data Responden	174
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Harga.....	181
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Promosi Penjualan	184
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian.....	187
Lampiran 6 Tabulasi Data Minat Beli Ulang	190
Lampiran 7 T tabel	193
Lampiran 8 R tabel	194
Lampiran 9 F tabel.....	195
Lampiran 10 Uji Validitas	196
Lampiran 11 Uji Reliabilitas	198
Lampiran 12 Uji Asumsi Klasik.....	199
Lampiran 13 Uji Hipotesis	202
Lampiran 14 Review Positif dan Negatif Konsumen Shopeefood.....	207
Lampiran 15 Bukti Penyebaran Kuesioner.....	217
Lampiran 16 Catatan Konsultasi Skripsi.....	218
Lampiran 17 Daftar Riwayat Hidup.....	220

