

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK FASHION ERIGO DI SHOPEE
(Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020-2021 Universitas 17
Agustus 1945 Surabaya)**



Oleh :

ANAN DARIYANTO
NBI: 1212000056

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

PRODUK FASHION ERIGO DI SHOPEE

**(Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020-2021 Universitas 17
Agustus 1945 Surabaya)**



Oleh :

Anan Dariyanto

NBI : 1212000056

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK FASHION ERIGO DI SHOPEE**

**(Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020-2021 Universitas 17
Agustus 1945 Surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen**

Oleh :

Anan Dariyanto

NBI : 1212000056

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2024

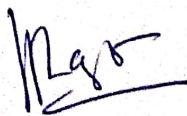
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Anan Dariyanto
NBI : 1212000056
Fakultas : Ekonomi dan bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian produk Fashion Erigo di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020-2021 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)”

Surabaya, 25 Juli 2024

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing



Dr. Estik Hari Prastiwi, SE, M.M.

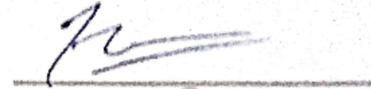
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dengan dipertahankan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 25 Juli 2024.

Tim Penguji :

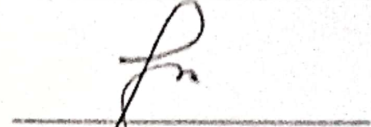
1. Drs. Ec. Rudy Santoso, MM

Ketua



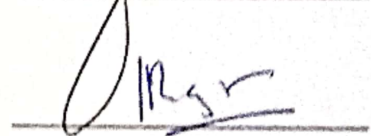
2. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si

Anggota



3. Dr. Estik Hari Prastiwi

Anggota



Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si, Ak., CA

NPP : 20220.93.0319



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl.Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anan Dariyanto
NBI/NPM : 1212000056
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Praktek

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian produk Fashion Erigo di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020-2021 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right). Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhal menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 25 Juli 2024

Surabaya 25 Juli 2024



Anan Dariyanto

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Anan Dariyanto (L)
2. NBI : 1212000056
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3522191405010001
6. Alamat Rumah : Panjunan RT 08 RW 02, Sukodono, Sidoarjo

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian produk Fashion Erigo di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020-2021 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)”.

Adalah benar – benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atau perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 25 juli 2024

Yang Membuat,



Anan Dariyanto

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan Pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen. Ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya saya tujukkan kepada :

1. Dr. Estik Hari Prastiwi, SE, M.M. selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan dan tambahan wawasan baru. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM, CMA, CP. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si, Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada Pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk diperbolehkan melaksanakan penelitian. Dan terima kasih juga saya ucapkan karena telah membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Seluruh Staff dan karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi.
6. Kepada kedua orang tua saya atas doa, tenaga, materi dan memberikan semangat dalam mengejar cita-cita terutama dalam menjalani proses perkuliahan sehingga dapat menyelesaikan hingga sidang skripsi berjalan dengan lancar.
7. Terakhir, diri saya sendiri Virda Ayu Rahmadani yang telah mampu berusaha dan berjuang sampai sejauh ini. Mampu mengendalikan diri walaupun banyak tekanan dari luar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun penyusunan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan, semangat dan do'a kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Motto saya adalah “*Jadilah dirimu sendiri, jangan ikuti perkataan orang lain. Orang lain belum tentu bisa seperti dirimu* ”. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca sekian dan terima kasih.

Sidoarjo, 25 Juli 2024

Anan Dariyanto

ABSTRAK

Erigo merupakan brand fashion pria dan wanita buatan asli Indonesia. Yang dibuat dengan material berkualitas terbaik dan desain yang unik terdiri atas kaos, kemeja, jaket, celana, dan tas. Penelitian ini memiliki tujuan seberapa besar pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk fashion Erigo di shopee. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner online maupun offline. Sampel dalam penelitian ini menggunakan 83 responden dengan menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS versi 27.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini diketahui bahwa persepsi harga, kualitas produk, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

ABSTRAK

Erigo is a fashion brand for men and women made in Indonesia. Made with the best quality materials and unique designs consisting of t-shirts, shirts, jackets, pants, and bags. This study aims to determine how much influence price perceptions, product quality, and lifestyle have on purchasing decisions for Erigo fashion products at shopee. The research method used in this research is quantitative. Data is collected through online and offline questionnaires. The sample in this study used 83 respondents using purposive sampling method. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis using SPSS version 27.

The results of this study indicate that the price perception variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. Product quality variables have a positive and significant effect on purchasing decisions. Lifestyle variables have a positive and significant effect on purchasing decisions. The results of this study indicate that price perceptions, product quality, and lifestyle have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keyword : price perceptions, product quality, lifestyle, purchasing decisions

RINGKASAN

Erigo merupakan brand fashion pria dan wanita buatan asli Indonesia. Yang dibuat dengan material berkualitas terbaik dan desain yang unik terdiri atas kaos, kemeja, jaket, celana, dan tas.

Uji t antara variabel persepsi harga (X1) memiliki t hitung sebesar 2,448 dimana $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2,448 > 1,990$) dengan tingkat sig $0,017 < 0,05$. Menunjukkan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas produk (X2) memiliki t hitung sebesar 2,935 dimana $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2,935 > 1,990$) dengan tingkat sig $0,004 < 0,05$, maka nilai t diperoleh signifikan. Menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel gaya hidup (X3) memiliki t hitung sebesar 16,135 dimana $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($16,135 > 1,990$) dengan tingkat sig $0,001 < 0,05$, maka nilai t diperoleh signifikan. Menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil uji F pada tabel 4.12 diperoleh F hitung 515,401, sedangkan nilai F tabel yang didapat dari tabel statistic adalah 2,720. Sehingga didapatkan hasil $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ yaitu $515,401 > 2,720$ dengan nilai signifikansi sebesar $0.01 < 0,05$. Menunjukkan bahwa secara simultan persepsi harga (X1), kualitas produk (X2), dan gaya hidup (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian pembelian *fashion* Erigo di shopee pada mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2020-2021 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

SUMMARY

Erigo is a fashion brand for men and women made in Indonesia. Made with the best quality materials and unique designs consisting of t-shirts, shirts, jackets, pants, and bags.

The t test between the price perception variable (X1) has a t count of 2.448 where $t_{count} > t_{table}$ ($2.448 > 1.990$) with a sig level of $0.017 < 0.05$. Indicating that the price perception variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. The product quality variable (X2) has a t count of 2.935 where $t_{count} > t_{table}$ ($2.935 > 1.990$) with a sig level of $0.004 < 0.05$, so the t value is significant. Indicates that the product quality variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. The lifestyle variable (X3) has a t count of 16.135 where $t_{count} > t_{table}$ ($16.135 > 1.990$) with a sig level of $0.001 < 0.05$, so the t value is significant. Shows that lifestyle variables have a positive and significant effect on purchasing decisions.

The results of the F test in table 4.12 obtained F count 515.401, while the F table value obtained from the statistical table is 2.720. So that the results obtained $F_{count} > F_{table}$, namely $515.401 > 2.720$ with a significance value of $0.01 < 0.05$. Indicating that simultaneously price perceptions (X1), product quality (X2), and lifestyle (X3) affect purchasing decisions for Erigo fashion purchases at shopee for students of the Management Study Program, Class of 2020-2021, University of 17 August 1945 Surabaya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRAK	x
RINGKASAN.....	xi
SUMMARY	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	7
2.1.1 Pemasaran.....	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.3 Bauran Pemasaran	10
2.1.4 Perilaku Konsumen	11
2.1.5 Kualitas Produk	12
2.1.6 Persepsi Harga.....	14
2.1.7 Gaya Hidup	15
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	16
2.1.9 Penelitian Terdahulu.....	18
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	24
2.2.1 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.2.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.2.3 Hubungan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	25

2.2.4 Hubungan Persepsi harga, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.3 Kerangka Konseptual.....	26
2.4 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Desain Penelitian.....	29
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
3.2.1 Tempat Penelitian	29
3.2.2 Waktu Penelitian.....	29
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.3.1 Jenis Data	29
3.3.2 Sumber Data	30
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	30
3.4.1 Populasi Penelitian	30
3.4.2 Sampel Penelitian.....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional Variabel	32
3.6.1 Definisi Variabel.....	32
3.6.2 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.7 Proses Pengelolaan Data	35
3.8 Metode Analisis Data dan Analisis Data.....	35
3.8.1 Uji Validitas.....	35
3.8.2 Uji Realibilitas.....	36
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data	36
3.9.1 Teknik Pengujian Hipotesis.....	36
3.9.2 Analisis Data	37
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.2 Visi Dan Misi.....	41
4.2 Deskriptif Hasil	42
4.2.1 Karakteristik Responden	42
4.2.2 Semester	42
4.2.3 Jenis Kelamin	43
4.2.4 Umur.....	43
4.2.5 Frekuensi Pembelian Produk Fashion Erigo Pada Marketplace Shopee ..	44
4.3 Uji Instrumen	44

4.3.1 Uji Validitas	44
4.3.2 Uji Realibilitas.....	46
4.3.3 Uji Normalitas	46
4.3.4 Uji Multikolinieritas	47
4.3.5 Uji Heteroskedastisitas	48
4.4 Analisis Data	49
4.4.1 Uji Asumsi Regresi Linier Berganda.....	49
4.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	50
4.5 Pengujian Hipotesis	51
4.5.1 Uji Parsial (Uji T)	51
4.5.2 Uji Simultan (Uji F)	52
4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian	53
4.6.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	53
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	53
4.6.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	54
4.6.4 Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	54
4.7 Implikasi Penelitian	55
4.8 Keterbatasan Penelitian.....	56
BAB V PENUTUP	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	34
Tabel 3. 2 Proses Pengolahan Data	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	42
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	43
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	44
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas.....	47
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel 4. 10 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	50
Tabel 4. 11 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	51
Tabel 4. 12 Hasil Uji Simultan (Uji F)	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Marketplace Paling Banyak Dikunjungi Sepanjang 2023	2
Gambar 1. 3 Jumlah Pengikut Brand Erigo di Marketplace Shopee	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 4. 1 Logo Erigo.....	41
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	62
Lampiran 2 Pernyataan Kuisisioner	63
Lampiran 3 Hasil Olah Data.....	67
Lampiran 4 Surat Balasan Permohonan Data.....	79
Lampiran 5 Surat Ijin Penelitian.....	80
Lampiran 6 Surat Keterangan Penelitian.....	81
Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi	82