**SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEMBELI MAKANAN KULINER MENGGUNAKAN GO-FOOD DI SURABAYA**

**(Studi kasus pada warga Kelurahan Margorejo pengguna layanan go-food di Surabaya)**



**Oleh :**

**ADIYATMA ABID JAMHUR**

**NBI : 1211600128**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAY**

**2020**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEMBELI MAKANAN KULINER MENGGUNAKAN GO-FOOD DI SURABAYA**

**(Studi kasus pada warga Kelurahan Margorejo pengguna layanan go-food di Surabaya)**

**SKRIPSI**

Di Ajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Oleh :

**ADIYATMA ABID JAMHUR**

**NBI : 1211600128**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2020**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama Lengkap : Adiyatma Abid Jamhur

NBI : 1211600128

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Melalui Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Membeli Makanan Kuliner Menggunakan Go-food di Surabaya

Surabaya, 21 Juni 2020

Mengetahui / Menyetujui

Dosen Pembimbing

Dra. Ratnaningsih Sri Yustini, MM.

NPP. 20210940364

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas 17 Agustus 1945**

**Surabaya**

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

NPP. 20220.93.0319

**Ketua Program Studi Manajemen**

**Universitas 17 Agustus 1945**

**Surabaya**

Dra. Ec. Ulfi Pristiana, M.Si.

NPP. 0714126301

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

Dipertahankan didepan 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 : **09 Juli 2020**

**TIM PENGUJI:**

1. **– Ketua : Dr. Abdul Halik, MM. =……………..**
2. **– Anggota : Drs. Ec. Mataji, MM. =……………..**
3. **– Anggota : Dra. Ratnaningsih Sri Yustini, MM. =…………….**

**Mengesahkan**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**Dekan,**

**Dr. H. Slamet Riyadi, Msi., Ak., CA**

**NPP. 20220.93.0319**

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama Lengkap : Adiyatma Abid Jamhur

NBI : 1211600128

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Melalui Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Membeli Makanan Kuliner Menggunakan Go-food di Surabaya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Tugas Akhir dengan judul diatas bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari Tugas Akhir yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajenen di lingkungan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya maupun di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

2. Tugas Akhir dengan judul diatas bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik.

3. Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan hak atas Tugas Akhir ini kepada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya untuk menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dam memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak cipta.

4. Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakan integritas akademik di institusi ini dan bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Surabaya, 15 Juni 2020

Adiyatma Abid Jamhur 1211600128



BADAN PERPUSTAKAAN

JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA

TLP. 031 593 1800 (EX 311)

EMAIL: PERPUS@UNTAG-SBY.AC.ID.

U N I V E R S I T A S

**17 AGUSTUS 1945**

S U R A B A Y A

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

**KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adiyatma Abid Jamhur

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

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

**Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Melalui Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Membeli Makanan Kuliner Menggunakan Go-food di Surabaya**

Dengan **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak 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 : 15 Juli 2020

 Yang Menyatakan

MATERAI

6000

(Adiyatma Abid Jamhur)

**SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Adiyatma Abid Jamhur (L)
2. NBI : 1211600128
3. Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3578020411970001
6. Alamat Rumah (KTP) : JL Margorejo 2D/58

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul :

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEMBELI MAKANAN KULINER MENGGUNAKAN GO-FOOD DI SURABAYA**

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin Skripsi

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

 **Surabaya, ....,........,2020**

 Yang Membuat,

 (Adiyatma Abid Jamhur)

**MOTTO**

*“dalam meraih kesuksesan tidak ada kata menyerah,jatuh satu dua kali itu wajar, tapi harus bangkit lagi dan terus melaju,karena jawaban sebuah keberhasilan adalah terus belajar dan tak kenal putus asa”*

**PERSEMBAHAN**

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari beberapa pihak oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada :

1. ALLAH SWT. Yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunianya.
2. Orang tua saya, terima kasih untuk setiap doa dan motivasi yang selalu dipanjatkan dan mendukung, terima kasih telah memberikan segalanya demi tercapainya kuliah ini tanpa kedua orang tua saya tak bisa apa-apa dan tak bisa meyelesaikan skripsi saya.
3. Almamater yang saya cintai dan banggakan, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

**KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya ucapkan pada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelsaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelsaikan skripsi ini, ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada :

1. Dra. Ratnaningsih Sri Yustini, MM. Selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterimakasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini
2. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelsaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. 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.
4. Dra. Ec. Ulfi Pritiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terimaksih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Dr. Abdul Halik, MM. dan Drs. Ec. Mataji, MM. **S**elaku penguji, dalam sidang Skripsi, yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga sidang skripsi. Terimakasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
6. Seluruh Staf 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 ini.
7. Kedua Orangtua saya, Bapak Purnawarman dan Ibu Farida Lukyta Susanti yang telah memberi saya doa, semangat, ijin dan kesempatan sehingga saya dapat menjalani proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, hingga dapat menyelsaikan skripsi ini dengan baik.
8. Ibu Noervita Amin, SH, MSi. Selaku Lurah dikelurahan Margorejo dan Seluruh Staf Kelurahan Margorejo Surabaya, yang telah memberikan ijin, bantuan, dan kerjasamanya dalam proses penelitian skripsi ini.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak cacat cela dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Motto saya adalah *“dalam meraih kesuksesan tidak ada kata menyerah,jatuh satu dua kali itu wajar, tapi harus bangkit lagi dan terus melaju,karena jawaban sebuah keberhasilan adalah terus belajar dan tak kenal putus asa”* kesuksesan adalah hal yang tidak gampang di capai, dalam mengapai kesuksesan pasti kita akan mengalami sebuah kegagalan,janganlah menyerah pada kegagalan tetapi bangkitlah dan belajarlah dari kegagalan itu karena belajar dari kegagalan adalah kunnci kesuksesan.

 Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih

 Surabaya .....,......,2020

 Adiyatma Abid Jamhur

**ABSTRAK**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEMBELI MAKANAN KULINER MENGGUNAKAN GO-FOOD DI SURABAYA**

 Penelitian ini membuktikan dan menganalisis pengaruh persepsi harga dam promosi secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian membeli makanan kuliner menggunakan go-food di surabaya. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*, yaitu menjelaskan hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Jenis data yang diguakan adalah data kuantitatif hasil dari pengukuran jawaban responden. Sampel yang diambil sejumlah 100 responden konsumen dalam pembelian makanan kuliner menggunakan go-food di surabaya. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda.

 Hasil penelitian menunjukan bahwa persepsi harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi harga dan promosi, secara simultan berpengaruh secara signifikan terghadap keputusan pembelian. Variabel promosi memberikan pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian, karenai Dilihat dari Thitung mempunyai nilai sebesar 3,078 yang mempunyai nilai lebih besar dari persepsi harga yaitu sebesar 2,010.

Kata kunci : Persepsi Harga, Prmosi, Keputusan pembelian

**ABSTRACT**

**THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION AND PROMOTION THROUGH SOCIAL MEDIA ON PURCHASE DECISIONS BUYING CULINARY FOOD USING GO-FOOD IN SURABAYA**

 This study proves and analyzes the effect of perception of promotional dam prices simultaneously and partially on purchasing decisions to buy culinary food using go-food in Surabaya. This type of research is explanatory research, which explains the relationship between variables through hypothesis testing. The type of data used is quantitative data from the measurement of respondents' answers. Samples taken were 100 consumer respondents in purchasing culinary food using go-food in Surabaya. The analysis technique uses multiple linear regression.

 The results showed that price perception has a significant influence on purchasing decisions. Promotion has a significant influence on purchasing decisions. Price perception and promotion simultaneously have a significant effect on purchasing decisions. The promotion variable gives a dominant influence on purchasing decisions, because seen from Thitung has a value of 3.078 which has a value greater than the perceived price of 2.010.

Keywords: Price perception, promotion, purchase decision

**DAFTAR ISI**

**COVER LUAR**

**COVER DALAM ii**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI iii**

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI iv**

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIAKSI**

**TUGAS AKHIR v**

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA**

**ILMIAH DAN KEPENTINGAN AKADEMIS vi**

**SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT vii**

**MOTTO viii**

**PERSEMBAHAN ix**

**KATA PENGANTAR x**

**ABSTRAK xii**

**DAFTAR ISI xiv**

**DAFTAR TABEL xvii**

**DAFTAR LAMPIRAN xviii**

**BAB 1 PENDAHULIUAN** 1

* 1. Latar Belakang 1
	2. Rumusan Masalah 4
	3. Tujuan Penelitian 4
	4. Manfaat Penelitian 4

**BAB 2 KAJIAN PUSTAKA** 5

* 1. Landasan Teori 5
		1. Pengertian 5
		2. Jasa 5
		3. Persepsi Harga 6
			1. Difinisi Persepsi Harga 6
			2. Persepsi 6
			3. Harga 7
			4. Indikator Persepsi Harga 7

2.1.4 Promosi 7

2.1.4.1 Difinisi Promosi 7

2.1.4.2 Bauran Promosi 8

2.1.4.3 Indikator Promosi 10

2.1.5 Keputusan Pembelian 10

2.1.5.1 Pengertian Keputusan Bembelian 10

2.1.5.2.Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian 11

2.1.5.3 Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian 14

2.1.5.4 Peran Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen 15

2.1.5.5 Struktur Keputusan Pembelian 16

2.1.5.6 Indikator Keputusan Pembelian 17

2.1.6 Hubungan Antar Variabel 17

2.1.6.1 Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian 17

2.1.6.2 Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian 17

2.1.7 Penelitian 18

2.1.8 Kerangka Konseptual 21

2.1.9 Hipotesis 21

**BAB 3 METODE PENELITIAN** 23

3.1 Desain Penelitian 23

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian 23

3.2.1 Tempat 23

3.2.2 Waktu Penelitian 23

3.3 Jenis Sumber Data 23

3.3.1 Jenis Data 23

3.3.2 Sumber Data 23

3.4 Populasi dan Sempel 24

3.4.1 Populasi 24

3.4.2 Sampel 24

3.5 Teknik Pengumpulan Data 24

3.6 Definisi Variabel dan Definisi Oprasional 24

3.6.1 Definisi Variabel 24

3.6.2 Definisi Operasional Variabel 24

3.7 Proses Pengolahan Data 26

3.8 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data 27

3.8.1 Teknik Pengujian Hipotesis 27

3.8.2 Teknik Analisis Data 28

**BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** 31

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 31

4.1.1 Sejarah Perusahaan 31

4.1.2 Visi dan Misi 32

4.1.2.1 Visi 32

4.1.2.2 Misi 32

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian 32

4.2.1 Jenis Kelamin 33

4.2.2 Usia Responden 33

4.2.3 Pekerjaan 34

4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden 34

4.3.1 Variabel Persepsi Harga (X1) 34

4.3.2 Variabel Promosi (X2) 35

4.3.3 Variabel Keputusan Pembelian (Y) 36

4.4 Uji Analisis 36

4.4.1 Regresi Linier Berganda 36

4.4.2 Koefisien Determinasi (R²) 37

4.5 Pengujian Hipotesis 38

4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T) 38

4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) 39

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian 39

4.7 Implikasi Penelitian 40

4.8 Keterbatasan Penelitian 40

**BAB 5 PENUTUP** 41

5.1 Kesimpulan 41

5.2 Saran 41

**DAFTAR PUSTAKA** 43

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Top brand index 2

Tabel 1.2 Persentase Penurunan Gojek 3

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 19

Tabel 2.2 Kerangka Konseptual 21

Tabel 3.1. Skala Likert 26

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden 33

Tabel 4.2 Usia Responden 33

Tabel 4.3 Pekerjaan Responden 34

Tabel 4.4 Variabel Persepsi Harga (X1) 34

Tabel 4.5 Variabel Promosi (X2) 35

Tabel 4.6 Variabel Keputusan Pembelian (Y) 36

Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 36

Tabel 4.8 Hasil Koefisien Determinasi 37

Tabel 4.9 Hasil Pengujian Secara Parsia 38

Tabel 4.10 Hasil Pengujian Secara Simultan 39

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kartu Bimbingan 45

Lampiran 2. Surat Persetujuan Melakukan Penelitian 46

Lampiran 3. Kuesioner Penelitian 47

Lampiran 4. Tabulasi 50

Lampiran 5. Regresi Linier Berganda 54

Lampiran 6. Koefisien determinasi (R²) 54

Lampiran 7. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T) 55

Lampiran 8. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) 55

Lampiran 9. Penelitian Terdahulu 55