

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEMASAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO ALFAZZA
PASAR CENDRAWASIH KOTA METRO**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam penyusunan skripsi



Oleh

Reza Hernanda

NPM. 18610072

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2022



HALAMAN JUDUL

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEMASAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO ALFAZZA
PASAR CENDRAWASIH KOTA METRO**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam penyusunan skripsi

Oleh

Reza Hernanda

NPM. 18610072

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2022

ABSTRAK

Reza Hernanda, 2022. Pengaruh persepsi harga dan kemasan terhadap keputusan pembelian di Toko Alfazza Pasar Cendrawasih Kota Metro. Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. (II) H. Suwanto, S.E., M.M.

Tujuan dalam meneliti ini ialah secara parsial dan bersamaan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan kemasan terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian menggunakan kuantitatif. Sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 40 responden pelanggan yang sering melakukan transaksi pembelian. Teknik sampling memakai *purposive sampling*. Alat analisis menggunakan multi regresi ganda dengan keputusan uji parsial t, simultan f dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian membuktikan bahwa Keputusan pembelian merupakan suatu pendekatan dan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang dan jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya, diantaranya: 1) perhatian (*Attention*), 2) Ketertarikan (*Interest*), 3) berniat (*Desire*), 4) aksi beli (*action*), 5) Tahapan dari hal tersebut yang dapat menimbulkan persepsi harga serta bentuk kemasan yang baik, sehingga dapat memberikan keputusan pembelian.

Kata kunci: persepsi harga, kemasan, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Reza Hernanda, 2022. The effect of price and packaging perceptions on purchasing decisions at Alfazza Stores, Pasar Cendrawasih, Metro City. Thesis. Management Studies Program. Faculty of Economics and Business. Muhammadiyah University Metro. Supervisor (I) Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. (II) H. Suwanto, S.E., M.M.

The purpose of this research is partially and simultaneously to determine the effect of price and packaging perceptions on purchasing decisions. The research method uses quantitative. While the sample used is 40 customer respondents who often make purchase transactions. The sampling technique used purposive sampling. The analysis tool uses multiple multiple regression with partial t test decisions, simultaneous f and the coefficient of determination.

The results of the study prove that purchasing decisions are an approach and problem solving in human activities to buy goods and services in fulfilling their wants and needs, including: 1) Attention, 2) Interest, 3) Desire, 4) buying action (action), 5) The stages of this that can lead to price perceptions and good forms of measurement, so that they can provide purchasing decisions.

Keywords: *price perception, packaging, purchasing decisions*

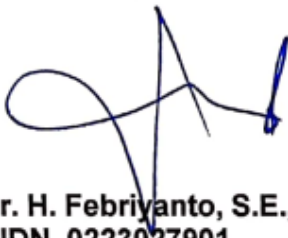
PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO ALFAZZA PASAR CENDRAWASIH KOTA METRO

Nama : Reza Hernanda
NPM : 18610072
Prodi : Manajemen

Metro, 16 Juni 2022

Pembimbing I,



Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

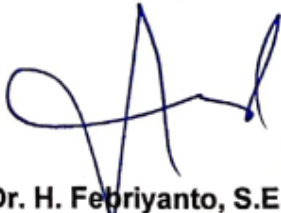
Pembimbing II,



H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

Menyetujui

Ka. Prodi Manajemen



Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

HALAMAN PENGESAHAN

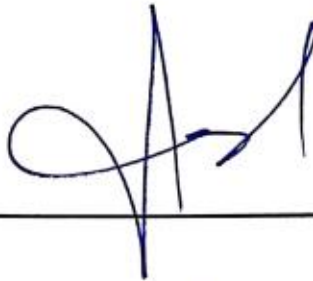
**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEMASAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO ALFAZZA
PASAR CENDRAWASIH KOTA METRO**

Nama : Reza Hernanda
NPM : 18610072
Prodi : Manajemen

Skripsi ini telah dipertahankan didepan Tim Penguji
Metro, 16 Juni 2022

Tim Penguji,

Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901



Ketua

H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801



Sekretaris

Ratmono, S.E., M.M.
NIDN. 0200076001



Penguji Utama

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

HALAMAN MOTTO

Mereka yang mendapat petunjuk dari Tuhannya, dan mereka itulah orang-orang yang beruntung

(QS Al baqarah: 05)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini disusun dan dipertanggungjawabkan dalam ujian sebagai salah satu tanda bukti, skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua Orang tua yang selalu mensupport baik moril maupun materil dan mendoakan anaknya untuk cepat menyelesaikan kuliah sampai selesai.
2. Seluruh Keluarga dan saudaraku yang selalu mendo'akanku dan memberikan dukungan untuk keberhasilanku.
3. Teman dan sahabatku yang selalu memberikan memberi semangat dalam penyusunan karya ilmiah saya.
4. Almamater Universitas Muhammadiyah Metro.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, pembawa rahmat sekalian alam dan juga untuk keluarga, sahabat serta umat yang senantiasa istiqomah mengikutinya.

Penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga, dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Alfazza Pasar Cendrawasih Kota Metro”**. yang di ajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata Satu (SI) guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) di Universitas Muhammadiyah Metro.

Ucapan terima kasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada semua yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dengan moral dan bantuan apapun yang sangat besar bagi penulis. Ucapan terima kasih terutama penulis sampaikan kepada :

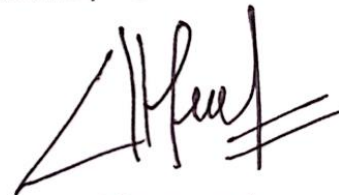
1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd, Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro dan merangkap sebagai pembimbing II yang telah berkontribusi meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini
3. Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro dan merangkap sebagai pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan

pengarahan dan bimbingan yang sangat berguna sejak awal proses penyusunan dan penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini.

4. Bapak dan ibu dosen Universitas Muhammadiyah Metro yang sabar, ikhlas dan tulus memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Almamater Universitas Muhammadiyah Metro yang telah membimbing, mendidik dan mendewasakan penulis dalam berfikir dan bertindak.

Penulis sangat menyadari sepenuhnya atas keterbatasan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan guna penyempurnaan karya penulis selanjutnya. Akhirnya penulis berharap semoga hasil penelitian yang telah dilakukan ini sekiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan keilmuan dan khususnya dalam bidang ilmu manajemen pemasaran.

Metro, Juni 2022



Reza Hernanda
18610072

SURAT PENYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reza Hernanda

NPM : 18610072

Prodi : Manajemen

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **“Pengaruh Persepsi Harga, dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Alfazza Pasar Cendrawasih Kota Metro”**. Adalah karya saya dan bukan dari plagiarisme.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan Gelar Akademik Strata I Manajemen dan akan mempertanggungjawabkan secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, 22 Juni 2022
Yang membuat pernyataan



Reza Hernanda
18610072



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 2684/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : REZA HERNANDA
NPM : 18610072
Jenis Dokumen : SKRIPSI

JUDUL:

PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEMASAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO ALFAZZA PASAR
CENDRAWASIH KOTA METRO

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 01 Juli 2022
Kepala Unit,



Dr. Arif Rahman Aththibby, M.Pd.Si.
NIDN. 0203128801

alamat:

Ki Hajar Dewantara No.116
Kedondongmulyo, Kec. Metro Timur Kota
Metro, Lampung, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
Email: upi@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRCAT	v
PERSETUJUAN PEMBIMBING	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Ruang Lingkup Penelitian	4
F. Sistematika Penulisan	4
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Deskripsi Literatur	6
1. Pengertian Pemasaran	6
2. Konsep Pemasaran	6
3. Persepsi harga	7
a. Konsep persepsi harga	7
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi persepsi harga	8
c. Indikator Persepsi harga	9
4. Definisi Kemasan	9
a. Konsep Kemasan (<i>Packaging</i>)	9
b. Struktur Desain	10

c. Indikator kemasam	10
5. Definisi Keputusan pembelian	11
a. Konsep keputusan pembelian.....	11
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi keputusan pembelian	12
c. Indikator keputusan pembelian	12
B. Penelitian Relevan	13
C. Kerangka pemikiran	14
D. Hipotesis statistik.....	15
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian	16
B. Tempat Penelitian	16
C. Populasi Dan Sampel	16
1. Populasi	16
2. Sampel.....	16
D. Definisi Operasional Variabel	17
E. Metode Pengumpulan Data	18
F. Instrumen Penelitian	19
G. Teknik Analisis Data	20
1. Uji Coba Instrumen	20
a. Uji Validitas	20
b. Uji Reliabilitas	20
2. Pengujian Persyarat Analisis	21
a. Uji Normalitas	21
b. Uji Linieritas	21
c. Uji Homogenitas	22
3. Pengujian Model Analisis	22
a. Analisis Regresi Berganda	22
b. Uji T (Signifikan Parsial)	22
c. Uji F (Simultan)	23
d. R ² (Koefisien Determinasi)	24
e. Hipotesis Penelitian	25
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran umum objek penelitian	26
B. Struktur organisasi dan tupoksinya	26
C. Data Deskriptif	27

1. Distribusi frekuensi persepsi harga	27
2. Distribusi frekuensi kemasan	29
3. Distibusi frekuensi keputusan pembelian	31
D. Hasil persyaratan analisis data	32
1. Normalitas data	32
2. Linieritas	33
3. Homogenitas	33
4. Hasil Hipotesis	34
a. Regresi Linier Berganda	34
b. Uji Parsial (t)	35
c. Pengujian simultan (f)	35
d. Koefisien determinasi (R^2)	35
E. Pembahasan	36
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	38
B. Saran	38
DAFTAR LITERATUR	40
LAMPIRAN - LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Judul Tabel	Halaman
1. Hasil Pendapatan Penjualan Tahun 2019-2021	3
2. Kisi-kisi Instrumen	19
3. Skor alternatif jawaban	20
4. Distribusi frekuensi persepsi harga	28
5. Distribusi frekuensi Kemasan.....	29
6. Distribusi frekuensi keputusan pembelian	31
7. Ringkasan uji Normalitas <i>Shapiro-Wilk</i>	32
8. Ringkasan uji Linieritas Y atas X_1 dan X_2	33
9. Ringkasan uji Homogenitas Y atas X_1 dan X_2	34
10. Persamaan regresi dan parsial (t)	34
11. Uji simultan (f).....	35
12. Koefisien determinasi (R^2).....	35

DAFTAR GAMBAR

Judul Gambar	Halaman
1. Konsep keputusan pembelian transformasi oleh peneliti.....	11
2. Kerangka Pemikiran	15
3. Struktur Organisasi alafazza	26
4. Histogram persepsi harga	29
5. Histogram kemasan	30
6. Histogram Keputusan pembelian	32

DAFTAR LAMPIRAN

Judul Lampiran	Halaman
1. Kuesioner	43
2. Hasil jawaban responden	51
3. Skor total jawaban responden	57
4. Hasil reliabilitas dan validitas	59
5. Uji Normalitas.....	64
6. Linieritas Y atas X_1 dan X_2	64
7. Hasil Homogenitas	65
8. Regresi berganda.....	66
9. Tabel keputusan uji validitas	69
10. Tabel Keputusan uji Parsial (t)	71
11. Tabel Keputusan uji simlutan (f)	72