



**PENGARUH PROMOSI SOSIAL MEDIA, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN MEDIASI VARIABEL MINAT BELI (STUDI KASUS PEMBELI
HANDPHONE MEREK IPHONE DI TOKO ONE PIECE PHONE KUDUS)**

Disusun oleh :

HELMI ISLAMUDIN AL AFGANI

201711543

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2022**

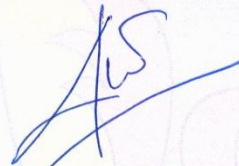
HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PROMOSI SOSIAL MEDIA, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN MEDIASI VARIABEL MINAT BELI
(STUDI KASUS PEMBELI HANDPHONE MEREK IPHONE DI TOKO
ONE PIECE PHONE KUDUS)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

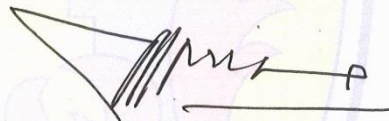
Kudus, 2021

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.
NIDN. 0628048702

Pembimbing I



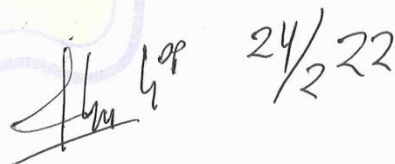
Drs. H. Masruri., M.M.
NIDN. 0601085601

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



24/2/22

Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M.
NIDN. 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”

(QS Ar Rad ; 11)

“Terkadang orang dengan masa lalu paling kelam akan menciptakan masa depan paling cerah”

(Umar Bin Khatab)

Persembahan :

1. Kedua Orang Tua yang sudah memberikan dukungan dan semangat.
2. Kekasihku tersayang yang selalu meluangkan waktu dan memberikan semangat.
3. Rekan dan sahabat yang telah membantu saya.
4. Universitas dan staff pengajar yang sudah membagi ilmu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat, hidayah dan inayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi sebagai syarat ujian akhir dan sekaligus persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Selama menyusun skripsi ini penulis telah banyak mendapat bantuan dan dorongan serta bimbingan dari segala pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Kertati Sumekar, S.E, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Nurul Rizka Arumsari, S.E, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Drs. H. Masruri, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang selalu bersedia memberikan bimbingannya beserta pengarahannya kepada peneliti dengan penuh kesabaran sampai penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
4. Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang selalu bersedia memberikan bimbingannya beserta pengarahannya kepada peneliti dengan penuh kesabaran sampai penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama ini kepada penulis sebelum penyusunan skripsi.
6. Kedua orang tua beserta keluarga yang selalu memberikan dukungan dan do'a sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Kekasihku tersayang yang selalu meluangkan waktu dan memberikan semangat untukku.
8. Teman – teman dan sahabatku yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kudus, 18 Januari 2022

Penulis

(Helmi Islamudin Al Afgani)

**PENGARUH PROMOSI SOSIAL MEDIA, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN MEDIASI VARIABEL MINAT BELI
(STUDI KASUS PEMBELI HANDPHONE MEREK IPHONE DI TOKO
ONE PIECE PHONE KUDUS)**

HELMI ISLAMUDIN AL AFGANI
201711543

Dosen Pembimbing : 1. Drs. H. Masruri, MM
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh promosi soalia media, persepsi harga, kualitas layanan, terhadap keputusan pembelian dengan mediasi variabel minat beli (Studi kasus pembeli handphone merek Iphone di toko One Piece Phone Kudus). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis SEM (*Structural Equation Model*) menggunakan dengan program pengolahan data Amos 24.0. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel secara *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden yaitu pembeli handphone merek Iphone di toko One Piece Phone Kudus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi sosial media, persepsi harga dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Untuk pengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan. Namun promosi sosial media, persepsi harga, dan minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci : Promosi Sosia Media, Persepsi Harga, Kualitas Layanan,
Minat Beli, Keputusan Pembelian, Handphone**

***THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA PROMOTION, PRICE PERCEPTION
AND SERVICE QUALITY ON TERHADAP PURCHASE DECISION WITH
MEDIATION VARIABLE PURCHASE INTENTION
(CASE STUDY OF IPHONE BRAND MOBILE PHONE BUYERS IN STORE
ONE PIECE PHONE KUDUS)***

HELMI ISLAMUDIN AL AFGANI
201711543

Dosen Pembimbing : 1. Drs. H. Masruri, MM
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
**FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF
MANAJEMEN**

ABSTRACT

This research was determine the effect of social media promotion, value perception and service quality on terhadap purchase decision with mediation variable purchase intention (case study of iphone brand mobile phone buyers in store one piece phone kudus). This research used quantitative analysis using SEM (Structural equation Models) with the program AMOS 24.0. This research used primary data and secondary data. The sampling methode in the research is non probability samplingwith technic accidental sampling with a sample size of 120 respondents. Respondeen in the reseacrh buyers iphone brand mobile phone in store one piece phone kudus. Therresults showed that social media promotion, price perception, and service quality have a positiive and significant effect on purchase intention. Customers value Price perception hava a not significant effect on consumer satisfaction. And for purchase decisions,service quality have a not significant effect. But social media promotion, price perception and purchase intention have apositif significant effect on purchase decisions.

Keyword : Social Media Promotion, Price Perception, Service Quality, Purchase Intention, Purcahse Decisions, Mobile Phone

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	9
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1. Manfaat Teoritis	12
1.5.2. Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Promosi Sosial Media.....	13
2.1.2 Persepsi Harga.....	15
2.1.3 Kualitas Layanan.....	16
2.1.4 Minat Beli.....	18
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	20
2.2 Pengaruh Antar Varibel.....	23
2.2.1 Pengaruh Promosi Sosial Media dengan Keputusan Pembelian.....	23
2.2.2 Pengaruh Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian	23

2.2.3	Pengaruh Kualitas Layanan dengan Keputusan Pembelian	23
2.2.4	Pengaruh Minat Beli dengan Keputusan Pembelian	24
2.2.5	Pengaruh Promosi Sosial Media dengan Minat Beli.....	24
2.2.6	Pengaruh Persepsi Harga dengan Minat Beli	24
2.2.7	Pengaruh Kualitas Layanan dengan Minat Beli	24
2.3	Tinjauan Penelitian Terdahulu	25
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	27
2.5	Hipotesis.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		31
3.1	Rancangan Penelitian	31
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	31
3.2.1	Variabel Penelitian	31
3.2.2	Definisi Operasional.....	32
3.3	Jenis dan Sumber Data	34
3.3.1	Data Primer	34
3.3.2	Data Sekunder	35
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	35
3.4.1	Populasi	35
3.4.2	Sampel.....	35
3.4.3	Teknik Sampling	36
3.5	Pengumpulan Data	36
3.6	Instrument Penelitian.....	36
3.6.1	Uji Validitas	36
3.6.2	Uji Reliabilitas	38
3.7	Pengolahan Data.....	38
3.8	Analisis Data	39
3.8.1	Analisis Kuantitatif	39
3.8.2	Teknik Analisis SEM	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	41

4.2 Penyajian Data.....	42
4.2.1 Data Responden.....	42
4.2.2 Data Deskriptif Variabel	43
4.3 Analisis Data	47
4.3.1 Pengujian Validitas	47
4.3.2 Pengujian Reliabilitas.....	50
4.3.3 Pengujian Normalitas	51
4.3.4 Pengujian Kesesuaian Model Goodness Of Fit.....	52
4.3.5 Analisis Regression Weight	60
4.3.6 Analisis Pengaruh Langsung Tidak Langsung dan Total Effect.....	63
4.4 Pembahasan.....	64
4.4.1 Hipotesis.....	64
4.4.2 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	80
5.2.1 Bagi Perusahaan	80
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Pasar Smartphone di Indonesia.....	2
Tabel 1. 2 Laporan Penjualan Iphone di Toko One Piece Phone Kudus Bulan Juni-November Tahun 2021	5
Tabel 1. 3 Top Brand Indexs Kategori Smartphone tahun 2019-2021	7
Tabel 3. 1 Sistem Penilaian Skala Likert	39
Tabel 3. 2 Kriteria Goodness Of Fit.....	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	42
Tabel 4. 2 Data Frekuensi Promosi Sosial Media.....	44
Tabel 4. 3 Data Frekuensi Persepsi Harga	44
Tabel 4. 4 Data Frekuensi Kualitas Layanan	45
Tabel 4. 5 Data Frekuensi Minat Beli	46
Tabel 4. 6 Data Frekuensi Keputusan Pembelian	46
Tabel 4. 7 Validitas dengan CFA (Confirmatory Factor Analysis).....	47
Tabel 4. 8 Uji Validitas dengan Convergent Validity.....	49
Tabel 4. 9 Uji Validitas dengan Average Varians Extracted	50
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas	51
Tabel 4. 11 Uji Normalitas.....	52
Tabel 4. 12 Evaluasi Nilai Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan Model.....	54
Tabel 4. 13 Evaluasi Nilai Variabel Eksogen Sesudah Perbaikan Model.....	55
Tabel 4. 14 Evaluasi Nilai Variabel Endogen Sebelum Perbaikan Model	57
Tabel 4. 15 Evaluasi Nilai Variabel Endogen Sesudah Perbaikan Model	58
Tabel 4. 16 Hasil Uji Full Model Goodmess Of Fit.....	60
Tabel 4. 17 Regression weight	61
Tabel 4. 18 Square Multiple Corelations	62
Tabel 4. 19 Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total Effect.....	63
Tabel 4. 20 Kesimpulan Hipotesis	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	28
Gambar 4. 1 Uji Model Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan Mode	53
Gambar 4. 2 Uji Model Variabel Eksogen Sesudah Perbaikan Model	55
Gambar 4. 3 Uji Model Variabel Endogen Sebelum Perbaikan Model	56
Gambar 4. 4 Uji Model Variabel Endogen Sesudah Perbaikan Model	58
Gambar 4. 5 Full Model Goodness Of Fit	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lampiran Angket/Kuisisioner.....	84
Lampiran 2. Lampiran Hasil Kuisisioner.....	91
Lampiran 3. Frekuensi Data Responden.....	95
Lampiran 4. Pengujian Validitas Dan Reliabilitas.....	99
Lampiran 5. Hasil Pengolahan AMOS V.24.....	101
Lampiran 6. Surat Ijin Penelitian.....	121
Lampiran 7. Hasil Turnitin.....	122

