



**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PENGGUNA SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus)**

Oleh :

YOSEF ALVIN GAMALIEL SETIAWAN

NIM. 201811062

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

2023



**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PENGGUNA SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang
pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muria Kudus

Oleh :

YOSEF ALVIN GAMALIEL SETIAWAN

NIM. 201811062

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

2023

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PENGGUNA SHOPEE (Studi
Pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus)**

Nama : Yosef Alvin Gamaliel Setiawan

NIM : 201811062

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

2023

Mengetahui,

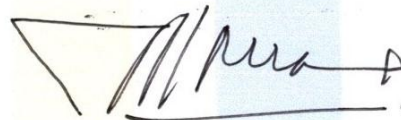
Ketua Program Studi Manajemen



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M

NIDN. 0024037701

Pembimbing I



Drs. Muhammad Masruri, M.M

NIDN. 0601085601

Mengetahui,

Dekan



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

NIDN. 0616077304

Pembimbing II



Dina Lusianti, S.E., M.M, AAK

NIDN. 0630098401

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Segala perkara dapat kutanggung dalam Dia yang memberikan kekuatan kepadaku.

(Filipi 4:13)

Apa pun juga yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu seperti untuk Tuhan dan bukan untuk manusia.

(Kolose 3:23)

Diberkatilah orang yang mengandalkan Tuhan, yang menaruh harapannya pada Tuhan

(Yeremia 17:7)

Persembahan :

1. Tuhan Yesus Kristus
2. Orangtua yang aku cintai
3. Dosen Pembimbing
4. Sahabat dan teman-teman yang aku sayangi

KATA PENGANTAR


Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat dan anugerahnya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis haturkan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus
2. Ibu Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Noor Indah Rahmawati, S.E, M.M selaku Ketua Progdil Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Bapak Drs. Muhammad Masruri, M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dengan tulus dan ikhlas dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dina Lusianti, S.E., M.M, AAK selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dengan tulus dan ikhlas dalam penyusunan skripsi ini.
6. Segenap dosen pengajar dan karyawan Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.
7. Seluruh staf dan karyawan bagian tata usaha, perpustakaan, dan ruang data yang telah banyak membantu dalam semua proses yang diperlukan.

8. Orangtua dan saudara yang selalu memberikan doa dan semangat kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Sahabat dan teman-teman yang selalu mengajari, mendukung, dan memberikan doa kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampuan agar dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kudus, 2023
Penulis,


Yosef Alvin Gamaliel Setiawan
NIM. 201811062

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PENGGUNA SHOPEE**

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Kudus)

Yosef Alvin Gamaliel Setiawan

NIM 2018-11-062

Pembimbing : 1. Drs. Muhammad Masruri, M.M

2. Dina Lusianti, S.E., M.M, AAK

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Semakin berkembangnya teknologi dan juga internet, perkembangan bahkan persaingan bisnis pun semakin ketat. Dapat dilihat bahwa sekarang ini banyak bisnis yang mulai merambah ke dunia digital dan banyak bermunculan berbagai macam toko online. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumen, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel mediasi pada pengguna shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif universitas muria kudus. Metode pengambilan sample menggunakan *purposive sampling* sehingga diperoleh sample sebanyak 125 mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah AMOS versi 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen, harga, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan minat beli, perilaku konsumen, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian akan tetapi promosi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun minat beli sebagai variabel mediasi tidak dapat menjadi peranan penting dalam hubungan antara perilaku konsumen dengan keputusan pembelian begitupun harga dengan keputusan pembelian. Sementara minat beli dapat menjadi variabel mediasi dalam hubungan antara promosi dengan keputusan pembelian.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Harga, Promosi, Minat Beli, Keputusan Pembelian

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PENGGUNA SHOPEE**

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Kudus)

Yosef Alvin Gamaliel Setiawan

NIM 2018-11-062

Pembimbing : 1. Drs. Muhammad Masruri, M.M

2. Dina Lusianti, S.E., M.M, AAK

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

With the development of technology and the internet, business competition is also getting tougher. It can be seen that nowadays many businesses are starting to venture into the digital world and many kinds of online shops have emerged. This research was conducted with the aim of analyzing consumer behavior, prices, and promotions on purchasing decisions through buying interest as a mediating variable for shopee users. The population in this study were active students at Muria Kudus University. The sampling method used purposive sampling in order to obtain a sample of 125 students. This research uses quantitative methods. The analysis technique used was AMOS version 24. The results showed that consumer behavior, price, promotion had a positive and significant effect on purchase intention and purchase intention. Consumer behavior, price had a positive and significant effect on purchasing decisions, but promotion was not significant on purchasing decisions. Meanwhile, buying interest as a mediating variable cannot play an important role in the relationship between consumer behavior and purchasing decisions as well as prices and purchasing decisions. While buying interest can be a mediating variable in the relationship between promotions and purchasing decisions.

**Keywords : Consumer Behavior, Price, Promotion, Purchase Intention,
Purchase Decision**

DAFTAR ISI

BAB I.....	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
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Manajemen.....	13
2.2 Perilaku Konsumen.....	15
2.3 Harga.....	19
2.4 Promosi.....	21
2.5 Keputusan Pembelian.....	25
2.6 Minat Beli.....	30
2.7 Pengaruh Antar Variabel.....	33
2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	37
2.9 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	40
2.10 Hipotesis.....	41
BAB III.....	43
METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Rancangan Penelitian.....	43
3.2 Variabel Penelitian.....	43
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	44
3.4 Jenis Dan Sumber Data.....	47
3.5 Populasi dan Sampel.....	47
3.6 Pengumpulan Data.....	49
3.7 Uji Instrumen Data.....	50
3.8 Pengolahan Data.....	51
3.9 Analisis Data.....	53
BAB IV.....	64

HASIL DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.2 Penyajian Data	66
4.3 Deskriptif Variabel Penelitian	68
4.4 Uji Instrumen.....	72
4.5 Analisis Data	74
4.6 Pembahasan	89
BAB V	100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103