

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS INFORMASI DAN
PRODUK YANG DIJUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA BHINNEKA.COM**

**(Studi kasus pada Mahasiswa Reguler 2 jurusan Menejemen Universitas
Mercu Buana, Meruya, Jakarta Barat)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Elvira Rozhaoktaviani

NIM : 43113010383

**Program Studi Manajemen S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elvira Rozhaoktaviani

NIM : 43113010383

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 14 Maret 2017



Elvira Rozhaoktaviani
NIM : 43113010383

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Elvira Rozhaoktaviani
NIM : 43113010383
Program Studi : Manajemen S1
Judul Studi : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Informasi dan Produk yang dijual terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Bhinneka.com
Tanggal Ujian Skripsi : 14 Maret 2017

Disahkan Oleh :

Pembimbing,



Dr. Rina Astini, MM

Tanggal : 16/3 2017

Ketua Penguji



M. Nashar, SE.MBA

Tanggal : 16/3 2017

Dekan,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA

Tanggal : 16/3 2017

Ketua Program Studi
S1 Manajemen



Dudi Permana, Ph.D

Tanggal : 16/3.2017

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, dengan judul skripsi “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Informasi dan Produk yang dijual terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Bhinneka.com”. dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak keterbatasan dan ketidak sempurnaan dalam penyusunan skripsi ini, baik dari segi penyampaian, penampilan dan penyajiannya. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan dan bantuan yang sangat berarti dan bermanfaat dari berbagai pihak, khususnya kepada Ibu Dr. Rina Astini, MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran, bimbingan dan masukan-masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis. Serta penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini terutama kepada :

1. Terimakasih kepada Allah SWT berkat rahmat - Nya saya bisa menyelesaikan skripsi serta nikmat sehat tiada tara sehingga proses penulisan skripsi ini dapat berjalan lancar
2. Kepada kedua orangtua tercinta yaitu papah Samsul Bahri (almarhum) dan mamah Asrina (Almarhumah) yang sudah menjadi orangtua terhebat, berkat doa dan ridho mamah papah, saya bisa menyelesaikan skripsi ini
3. Kepada bunda tersayang Murdiary Idris yang selalu mendukung dan mendoakan saya

4. Kepada adik-adik tersayang yaitu Shinta, Shanti dan Tira yang senantiasa mendukung dan mendoakan saya
5. Kepada Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM. selaku rektor Universitas Mercu Buana
6. Kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yaitu Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA dan Ketua Program Studi S1 Manajemen yaitu Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D
7. Kepada seluruh staff program studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah membantu
8. Kepada Kak Ayu yang membantu memberikan masukan dalam skripsi ini
9. Kepada teman-teman seperjuangan yang sudah mau membantu dan direpotkan dalam penyusunan skripsi ini khususnya Dessy Komala, Ana Ismaya, Taufan Aditya Putra, dan Regozamil Reo.
10. Kepada keluarga besar PT. Done Sejahtera yang sudah membantu, menyemangati dan menghibur dikala sedih yaitu Titi, Indri, Icut, Amrina, Eka, Ica, Dade, Sena, Andri, dan Ali
11. Kepada sahabat tersayang Khusnul, Fitri dan Azizah
12. Kepada seluruh teman-teman FEB jurusan Manajemen angkatan 2013 yang sudah mendukung dan menyemangati saya dan teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan khususnya bagi penulis. Akhir kata dengan ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini.

Jakarta, 14 Maret 2017

Elvira Rozhaoktaviani



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Kontribusi Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	10
1. Manajemen Pemasaran	10
a. Defenisi Pemasaran	10
b. Defenisi Manajemen Pemasaran	12
2. E - Commerce	13
a. Defenisi E – Commerce	13
b. Jenis - jenis E – Commerce	15
c. Manfaat E – Commerce	17

3. Harga	21
a. Defenisi Harga.....	21
b. Tujuan Penetapan Harga	22
c. Faktor – faktor yang mempengaruhi penetapan harga	24
d. Jenis – jenis Harga	25
e. Pengertian Persepsi Harga.....	26
4. Kualitas Informasi.....	28
a. Pengertian Informasi	28
b. Pengertian Kualitas Informasi.....	29
c. Indikator Kualitas Informasi	30
5. Produk	31
a. Defenisi Produk.....	31
b. Tingkatan Produk.....	33
c. Klasifikasi Produk.....	33
d. Dimensi Kualitas Produk	34
6. Keputusan Pembelian.....	36
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	36
b. Dimensi Keputusan Pembelian	37
7. Penelitian Terdahulu	45
8. Pengaruh Antar Variabel.....	47
B. Rerangka Pemikiran	51
C. Hipotesis Penelitian.....	52

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	54
B. Desain Penelitian	54
C. Defenisi dan Operasional Variabel.....	55
1. Defenisi Variabel	55
2. Opersional Variabel	55
D. Skala Pengukuran Variabel	59
E. Populasi dan Sampel.....	59
1. Populasi Penelitian	59
2. Sampel Penelitian.....	60
F. Teknik Pengumpulan Data.....	61
G. Jenis Data Penelitian	62
H. Metode Analisis Data	62
1. <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	62
a. Notasi Lisrel.....	64
b. Tahap-Tahap dalam SEM.....	65
2. Uji Validitas.....	72
3. Uji Reliabilitas.....	73
4. Uji Hipotesis.....	74

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	75
1. Gambaran Umum Bhinneka.com.....	75
2. Waktu dan Tempat Penelitian	77

3. Karakteristik Profil Responden	77
B. Statistik Deskriptif	77
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	78
C. Karakteristik Jawaban Responden	79
1. Karakteristik Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga	79
2. Karakteristik Jawaban Responden Variabel Kualitas Informasi ...	80
3. Karakteristik Jawaban Responden Variabel Produk	81
4. Karakteristik Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	82
D. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian	83
1. Variabel Persepsi Harga	84
2. Variabel Kualitas Informasi	87
3. Variabel Produk	89
4. Variabel Keputusan Pembelian	92
E. Uji Kecocokan Model Pengukuran	95
1. Uji Kecocokan Model Pengukuran Keseluruhan	95
2. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T)	98
3. Pengujian Hipotesis Penelitian	100
F. Analisis Hasil Penelitian	101
1. Analisis Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	101
2. Analisis Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian	102
3. Analisis Produk terhadap Keputusan Pembelian	102

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan..... 104

B. Saran 105

DAFTAR PUSTAKA 108

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

No. Keterangan Halaman

1.1 Tempat belanja online favorite.....	2
1.2 Data pengunjung, pembelian secara <i>online</i> , pembelian secara langsung....	5
1.3 Data hasil pre <i>study</i>	6
2.1 Keterlibatan dalam Pengambilan Keputusan Pembelian	39
2.2 Penelitian Terdahulu	45
3.1 Operasional Variabel.....	57
3.2 Instrumen Skala Likert.....	62
3.3 Notasi – notasi Lisrel	64
3.4 <i>Goodness of Fit Index</i>	70
4.1 Karakteristik Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga	80
4.2 Karakteristik Jawaban Responden Variabel Kualitas Informasi.....	80
4.3 Karakteristik Jawaban Responden Variabel Produk.....	81
4.4 Karakteristik Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	82
4.5 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga	85
4.6 Uji Validitas Variabel Kualitas Informasi.....	87
4.7 Uji Validitas Variabel Produk.....	90
4.8 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	93
4.9 Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	96
4.10 Hasil Uji Validitas Model Pengukuran (Modifikasi)	98
4.11 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural Penelitian.....	99
4.12 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	100

DAFTAR GAMBAR

No. Keterangan Halaman

2.1	Proses Keputusan Pembelian	41
2.2	Rerangka Pemikiran	51
4.1	Jenis Kelamin Responden	78
4.2	Usia Responden.....	79
4.3	Model Pengukuran Variabel Persepsi Harga	84
4.4	Model Pengukuran Variabel Kualitas Informasi.....	87
4.5	Model Pengukuran Variabel Produk.....	89
4.6	Model Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian.....	92
4.7	Model Pengukuran Variabel Penelitian	95
4.8	Model Pengukuran Variabel Penelitian Setelah Modifikasi	97
4.9	Model Struktural (T-Value)	99

UNIVERSITAS
MERCU BUANA