

**PERAN MEDIASI PERILAKU PELANGGAN DALAM HUBUNGAN
RETARGETING ADVERTISING DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BERRYBENKA**

SKRIPSI



Nama : Rahma Novianingrum

Nim : 43118010044

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

**PERAN MEDIASI PERILAKU PELANGGAN DALAM HUBUNGAN
RETARGETING ADVERTISING DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BERRYBENKA**

SKRIPSI

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



Nama : Rahma Novianingrum

Nim : 43118010044

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rahma Novianingrum

NIM : 43118010044

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 20 Agustus 2022



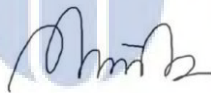
Rahma Novianingrum
43118010044

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rahma Novianingrum
Nim : 43118010044
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Peran Mediasi Perilaku Pelanggan Dalam Hubungan
Retargeting Advertising dan *Price Discount* terhadap
Keputusan Pembelian di Berrybenka
Tanggal Lulus Ujian : 26 Oktober 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Shinta Rahmani, SE., M.Si.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM.

LPTA 11221829



Please Scan QRCode Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atau limpahan rahmat dan hidayah-nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Peran Mediasi Perilaku Pelanggan dalam Hubungan *Retargeting Advertising* dan *Price Discount* terhadap Keputusan Pembelian di *Berrybenka*”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak dapat lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Penulis ingin secara khusus menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Shinta Rahmani, SE, M. Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
3. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
4. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

5. Ibu Winda Winda Widyanti, Dr. SKM, MM selaku dosen tugas akhir yang telah membimbing dan membantu saya dalam memberi gambaran dan arahan penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
7. Kepada Bapak dan Ibu, kedua orang tua tercinta serta keluarga yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada hentinya kepada saya serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada teman-teman di Universitas Mercu Buana khususnya FEB yang telah memberikan dukungan, semangat dan doanya.

Demikian Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan dan wawasan khususnya bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Akhir kata dengan ketulusan hati dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini dan terimakasih.

Jakarta, 20 Agustus 2022



Rahma Novianingrum

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	39
2.3 Kerangka Konseptual	44
2.4 Pengembangan Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	49
3.2 Desain Penelitian.....	49
3.3 Definisi dan Operasional Variable	50
3.4 Tabel Operasional Variable.....	51
3.5 Skala Pengukuran Variable	52
3.6 Populasi dan Sampel Penelitian	53
3.7 Jenis dan Sumber Data	54
3.8 Metode Analisis Data	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	63
4.2 Statistik Deskriptif	63
4.3 Hasil Uji Instrumen	71
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	100



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	11
1. 2	Hasil Pra Survey.....	12
2. 1	Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	31
2. 2	Penelitian Terdahulu	39
3. 1	Tabel Operasional Variable.....	51
3. 2	Skala Likert	52
4. 1	Jenis Kelamin	63
4. 2	Usia Responden.....	64
4. 3	Pendidikan Terakhir	65
4. 4	Pekerjaan Responden	66
4. 5	Retargeting Advertising	67
4. 6	Price Discount	68
4. 7	Customer Behavior.....	69
4. 8	Purchase Decisions	70
4. 9	Hasil Pengujian Covergent Validity	72
4. 10	Hasil Pengujian Covergent Validity (Modifikasi)	74
4. 11	Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading)	75
4. 12	Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterion)	77
4. 13	Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	78
4. 14	Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	79
4. 15	Hasil Uji nilai R-Square	80
4. 16	Hasil pengujian Hipotesis	81
4. 17	Hasil Uji Predisctive Relevance.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1. 1	Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	2
1. 2	Pertumbuhan Pasar E-commerce Indonesia.....	4
1. 3	TOP Brand Index Fase 2	5
1. 4	8 Brand E-commerce Fashion dengan Kunjungan web terbanyak pada Q4 2020	7
1. 5	Kunjungan web beberapa E-commerce Fashion tahun 2019 - 2020.....	8
1. 6	Hasil Pra Survey.....	13
2. 1	Model Perilaku Konsumen.....	30
2. 2	Framework Penelitian	45
4. 1	Label Berrybenka	61
4. 2	Hasil Algoritma PLS	72
4. 3	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	74
4. 4	Hasil Uji Bootstrapping	82



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuisisioner Penelitian	100
2	Hasil Kuisisioner	104
3	Karakteristik Responden	118
4	Karakteristik Variabel Deskripsi.....	120
5	Hasil Output PLS	122

