

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN
KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN
CANVA PADA MAHASISWA DI JAKARTA**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
TERAKREDITASI-A
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Anisa Nur Afnisari

NIM : 43117010398

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2022

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN
KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN
CANVA PADA MAHASISWA DI JAKARTA**

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Anisa Nur Afnisari
NIM : 43117010398

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anisa Nur Afnisari

NIM : 43117010398

Program Studi : Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Juni 2022



Anisa Nur Afnisari

43117010398

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Anisa Nur Afnisari
NIM : 43117010398
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Canva Pada Mahasiswa Di Jakarta
Tanggal Sidang : 1 Oktober 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. H. Sonny Indrajaya, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Manajemen

Ketua Program Studi S1



UNIVERSITAS



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

MERCU BUANA

LPTA 12222010



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum WR.Wb

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penelitian, sehingga penelitian dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CANVA”**.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, Ir., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian ini dapat

diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof.Dr.Ir.Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih. M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr Sonny Indrajaya.MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana juga selaku dosen metodologi penelitian
4. Jajaran Program studi manajemen S1, Ibu Eri Marlapa. SE,M.Si selaku sekretaris I program studi Manajemen S1.
5. Kedua orang tua saya, Bapak Sutomo dan Ibu Kustinah, serta seluruh kakak-kakak saya, Ifani Ajeng Rafika Sukma Dewi dan Rizky Cornelia Dewi.
6. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doa yang telah diberikan

Dengan segenap hati, penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih jauh dari kriteria yang sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman serta pengetahuan yang dimiliki peneliti dalam membuat Skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang

bersifat membangun dari berbagai pihak. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya, Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam Skripsi ini.



Jakarta, 17 Juni 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Anisa Nur Afnisari'.

Anisa Nur Afnisari

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	14
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	9
BAB II	10
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
A. Kajian Pustaka	11

1.	Manajemen Pemasaran	11
2.	Dimensi dan Indikator Persepsi Harga	13
3.	Promosi	15
4.	Keamanan	20
5.	Keputusan Pembelian	21
B.	Penelitian Terdahulu.....	25
C.	Pengembangan Hipotesis	30
1.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	30
3.	Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian	30
BAB III	31
METODE PENELITIAN	32
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	32
B.	Desain Penelitian	32
C.	Definisi dan Operasional Variabel	33
1.	Definisi Variabel Penelitian	33
2.	Operasional Variabel	35
D.	Skala Pengukuran Variabel	37
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	37
1.	Populasi.....	37

2.	Sampel	38
F.	Metode Pengumpulan Data	38
G.	Metode Analisis Data	38
BAB IV	42
HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A.	Gambaran Umum Perusahaan	43
B.	Statistik Deskriptif.....	43
1.	Deskripsi Responden	44
2.	Deskripsi Variabel	45
C.	Hasil Analisis Data.....	48
1.	Evaluasi Measurement Model (Outer Model)	48
2.	Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (Inner Model)	56
D.	Pembahasan	59
1.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Penggunaan.....	59
2.	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Penggunaan.....	60
3.	Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan.....	61
BAB V	61
KESIMPULAN DAN SARAN	62
A.	Kesimpulan.....	62
B.	Saran	63

1. Bagi perusahaan Canva.....	63
2. Bagi penelitian selanjutnya.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, dan Canva.....	4
Tabel 1.2 Tabel Pra Survey	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	35
Tabel 3.2 Skala Penelitian.....	37
Tabel 4.1 Gambaran Umum Perusahaan Canva	43
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Keputusan Penggunaan	46
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Harga.....	46
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Promosi	47
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Keamanan.....	47
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Convergent Validity	49
Tabel 4.10 Hasil Output AVE.....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Discriminant Validity (<i>Cross Loading</i>).....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell-Larcker)	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Reabilitas (<i>Composite Reability</i>).....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i>	55
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>R-Square (Inner model)</i>	56
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Hipotesis	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan dan Jumlah Pelanggan Indihome per Semester I (2017-2021)	2
Gambar 3.1 Diagram Rerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS	50
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Discriminant Validity (<i>Fornell-Lacker Criterium</i>)	51
Gambar 4.3 Grafik Pengujian Composite Reability	54
Gambar 4.4 Grafik Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i>	55
Gambar 4.5 Grafik Nilai <i>R-Square</i>	56
Gambar 4.6 Hasil <i>Bootstrapping</i>	58

