

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN LAMPU DI *SELLER* BRAY PEARCE**

**SKRIPSI**



Nama : **Revan Nurcholis**

NIM : **43117120022**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

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

**JAKARTA**

**2024**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Skripsi ini :

Judul :PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAMPU DI *SELLER* BRAY PEARCE

Nama : Revan Nurcholis

NIM : 43117120022

Program Studi : S1 Manajemen

Tanggal : 17 Januari 2024

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan Bimbingan Dosen Pembimbing Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Tugas Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Januari 2024



Revan Nurcholis

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Revan Nurcholis  
NIM : 43117120022  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAMPU DI SELLER BRAY PEARCE  
Tanggal Sidang : 17 Januari 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Arief Bowo Prayoga Kasmoo, S.E., M.M., Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

A blue ink signature of Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA. is written in cursive.

Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

A blue ink signature of Dudi Permana, Ph.D. is written in cursive.

Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

LPTA 01243403



Please Scan QRCode to Verify

## ABSTRACT

*This research aims to examine the influence of price perceptions, product quality and service quality on lamp purchasing decisions at seller Bray Pearce. The method used is the Quantitative Method. Sampling was carried out using non-probability sampling techniques. The data collection technique in this research is to distribute questionnaires directly to the research subjects, namely customers of the seller Bray Pearce. The research was conducted on 250 respondents who met the criteria in the research. The analytical method used in this research is SEM (Structural Equation Model) using the Partial Least Square (PLS) statistical calculation application. The results of this research show that price perception has a positive and significant influence on the decision to purchase lamps at the Bray Pearce seller, product quality has a positive and significant influence on the decision to purchase lamps at the Bray Pearce seller, service quality has a positive and significant influence on the decision to purchase lamps at the Bray Pearce seller.*

***Keywords: Price Perception, Product Quality, Product Quality, and Lamp Purchasing Decisions***



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian lampu di *seller* bray pearce. Metode yang digunakan yaitu Metode Kuantitatif. Pengambilan sampel yang dilakukan adalah dengan cara teknik *non probability sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melakukan pembagian kuesioner secara langsung pada subjek penelitian yaitu pelanggan lampu *seller* bray pearce. Penelitian dilakukan terhadap 250 responden yang memenuhi kriteria dalam penelitian. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM (*Structural Equation Model*) dengan menggunakan aplikasi perhitungan statistik *Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lampu di *seller* bray pearce, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lampu di *seller* bray pearce, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lampu di *seller* bray pearce.

**Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Seller Bray Pearce”**. skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sangat besar kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada:

1. Arief Bowo Prayoga Kasmu, M.M., PH.D selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
2. Dr. Daru Asih, M.Si, selaku dosen metlit yang telah membantu arahan, bimbingan dan semangat yang bermanfaat atas terselesaikannya skripsi ini.
3. Febrina Mahliza, SE, M.Si, selaku dosen penguji sidang skripsi yang telah bersedia memberikan arahan dan bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dudi Permana, MM, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
5. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
6. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

7. Para Dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya memberikan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Amin.
8. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh teman rumah Simprug, Lilis, Antony yang selalu memberikan dorongan motivasi tinggi dan membantu saya untuk mengerjakan skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 17 Januari 2024

Revan Nurcholis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
ABSTRACT .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Kontribusi Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN</b>	
<b>A. Kajian Pustaka.....</b>	<b>14</b>
1. Pemasaran.....	14
2. Keputusan Pembelian.....	17
3. Kualitas Produk .....	22
4. Kualitas Pelayanan .....	27



5. Persepsi Harga.....	31
6. Penelitian Terdahulu.....	36
<b>B. Pengembangan Hipotesis .....</b>	<b>40</b>
1. Pengaruh Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian.....	40
2. Pengaruh Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian .....	41
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian .....	42
<b>C. Kerangka Konseptual.....</b>	<b>43</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
<b>A. Waktu dan Tempat Penelitian.....</b>	<b>45</b>
<b>B. Desain Penelitian.....</b>	<b>45</b>
<b>C. Definisi dan Operasional Variabel.....</b>	<b>46</b>
<b>D. Skala Pengukuran Variabel.....</b>	<b>51</b>
<b>E. Populasi dan Sampel Penelitian.....</b>	<b>52</b>
1. Populasi Penelitian .....	52
2. Sampel Penelitian.....	52
<b>F. Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>53</b>
<b>G. Metode Analisis Data .....</b>	<b>54</b>
1. Analisis Deskriptif.....	54
2. Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	55
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>60</b>
<b>B. Analisis Deskriptif .....</b>	<b>60</b>
1. Deskripsi Responden.....	60

2. Hasil Uji Deskriptif.....	64
<b>C Analisis <i>Partial Least Square</i>.....</b>	<b>70</b>
1. Evaluasi <i>Measurment (Outer)</i> Model.....	70
2. Uji Model Struktural atau Uji Hipotesis.....	78
<b>D Pembahasan Hasil Hipotesis.....</b>	<b>81</b>
1. Pengaruh Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian.....	81
2. Pengaruh Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	82
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian.....	83
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>85</b>
<b>A. Simpulan.....</b>	<b>85</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>86</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>95</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Penjualan Barang Seller di toko Bray Pearce	13
Tabel 1. 2	Data Pra Survey Seller Bray Pearce	14
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3. 1	Operasionalisasi Variabel Harga	52
Tabel 3. 2	Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk	52
Tabel 3. 3	Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan	53
Tabel 3. 4	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian	53
Tabel 3. 5	Skala Likert	55
Tabel 3. 6	Parameter Uji Validitas dalam Pengukuran SmartPLS	60
Tabel 3. 7	Parameter Uji Reliabilitas dalam Pengukuran SmartPLS	61
Tabel 4. 1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4. 2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4. 3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel 4. 4	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Aquarium Yang Dimiliki	66
Tabel 4. 5	Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Memelihara Ikan di Aquarium	66
Tabel 4. 6	Pedoman Kategorisasi Rata Rata Skor Penilaian Responden	67
Tabel 4. 7	Hasil Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	68
Tabel 4. 8	Hasil Uji Deskriptif Variabel Persepsi Harga	69
Tabel 4. 9	Hasil Uji Deskriptif Variabel Kualitas Produk	71
Tabel 4.10	Hasil Uji Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	72
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Convergent Validity	75
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi)	77
Tabel 4.13	Hasil Uji Discriminant Validity	79

Tabel 4.14 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)	80
Tabel 4.15 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)	81
Tabel 4.16 Hasil Uji Composite Reliability	81
Tabel 4.17 Hasil Uji Cronbach's Alpha	82
Tabel 4.18 Nilai R <i>Square</i> Variabel Endogen	82
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis	85



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	43
Gambar 4. 1 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> .....	71
Gambar 4. 2 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	73
Gambar 4. 3 Hasil Uji Hipotesis .....	80

