

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
LYRA DI SHOPEE INDONESIA**

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Oleh:

Nama : Clara Hariyanto

NIM : 22200066

Karya Akhir

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Januari 2024

PENGESAHAN

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LYRA DI SHOPEE INDONESIA

Diajukan Oleh

Nama : Clara Hariyanto

NIM : 22200066

Jakarta, 6 Maret 2024

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.)

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA 2024**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Clara Hariyanto / 22200066 / 2024 / Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lyra di Shopee Indonesia / Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

Perkembangan yang pesat telah menciptakan perubahan signifikan dalam gaya hidup masyarakat yang serba praktis dalam berbelanja. Salah satu contohnya adalah *marketplace* seperti Shopee, sebagai *platform online* yang mempermudah aktivitas jual beli. Shopee menawarkan pengalaman berbelanja *online*, dilengkapi dengan berbagai kelebihan yang bisa menarik perhatian konsumen untuk memutuskan pembelian. Dimana konsumen akan melihat produk tersebut dari segi kualitas produk dan harga yang akan dipersepsikan. Fokus pada kualitas produk dan persepsi harga menjadi faktor krusial dalam keputusan pembelian konsumen. Sehingga, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lyra di Shopee Indonesia.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini berupa Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Keputusan Pembelian. Variabel penelitian diantaranya adalah variabel independen yang terdiri dari Kualitas Produk dan Persepsi Harga. Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya, sedangkan persepsi harga merupakan suatu kaitan mengenai pemahaman tentang harga terhubung dengan cara konsumen sepenuhnya memahami informasi harga dan memberikan signifikansi mendalam bagi mereka. Terdapat juga variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian yang merupakan keputusan pembeli mengenai merek mana yang akan dibeli.

Obyek dalam penelitian ini adalah Produk Lyra yang dipasarkan melalui *marketplace* Shopee Indonesia. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Alat pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner melalui *google form* dengan total responden 100. Teknik *sampling* yang digunakan Teknik *Non Probability Sampling* dengan pendekatan *Purposive sampling*.

Berdasarkan hasil analisis regresi yang telah diterapkan, uji asumsi klasik memiliki nilai residual yang berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas, serta tidak terjadi heteroskedastisitas. Dari hasil yang didapatkan, dapat dikatakan bahwa bahwa Kualitas Produk dan Persepsi Harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian.

Kesimpulan dalam penelitian ini, kedua variabel independen yaitu Variabel Kualitas Produk dan Persepsi Harga memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Produk Lyra di Shopee Indonesia.

Kata kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

Clara Hariyanto / 22200066 / *The Influence of Product Quality and Price Perception on Purchasing Decisions Lyra Product at Shopee Indonesia* / Advisors: Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

Rapid development has created significant changes in the lifestyle of people who are practical in shopping. One example is a marketplace like Shopee, as an online platform that facilitates buying and selling activities. Shopee offers an online shopping experience, equipped with various advantages that can attract the attention of consumers to decide on a purchase. Where consumers will see the product in terms of product quality and price that will be perceived. The focus on product quality and price perception is a crucial factor in consumer purchasing decisions. So, researchers are interested in conducting research on the Effect of Product Quality and Price Perceptions on Purchasing Decisions for Lyra Products at Shopee Indonesia.

The theories used in this study are Product Quality, Price Perception, and Purchasing Decisions. Research variables include independent variables consisting of Product Quality and Price Perception. Product quality is the ability of a product to demonstrate its function, it includes overall durability, reliability, accuracy, ease of operation and product repair as well as other product attributes, while price perception is a link regarding understanding of price connected to how consumers fully understand price information and provide deep significance for them. There is also a dependent variable, namely the Purchase Decision, which is the buyer's decision about which brand to purchase.

The object of this research is Lyra products marketed through the Shopee Indonesia marketplace. This study uses multiple linear regression analysis techniques. Data collection tools by distributing questionnaires via google form with a total of 100 respondents. The sampling technique used Non Probability Sampling technique with Judgement sampling approach.

Based on the results of the regression analysis that has been applied, the classical assumption test has a normally distributed residual value, no multicollinearity, and no heteroscedasticity. From the results obtained, it can be said that Product Quality and Price Perception have a positive influence on Purchasing Decisions.

The conclusion in this study is that the two independent variables, namely Product Quality Variables and Price Perceptions, have a positive influence on Purchasing Decisions for Lyra Products at Shopee Indonesia.

Keywords : Product Quality, Price Perception, Purchasing Decision

KATA PENGANTAR



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat-Nya karena penulis berhasil menyelesaikan karya akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lyra Di Shopee Indonesia” sebagai salah satu syarat untuk kelulusan dan meraih gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang terlibat dalam pembuatan karya akhir dengan memberikan bantuan dan dukungan, khususnya :

1. Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya untuk bimbingan dan memberikan pengarahan dalam penyusunan karya akhir ini sehingga karya akhir selesai dengan tepat waktu.
2. Keluarga, yang telah memberikan semangat, dukungan, dan doa yang tiada henti kepada penulis selama menjalani perkuliahan dan pembuatan karya akhir.
3. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan berlangsung.
4. Brandon, sebagai pacar saya yang telah memberikan doa, dukungan, semangat, dan menemani dalam pembuatan karya akhir ini.
5. Kepada teman-teman penulis Nathania, Stella, Nataria, dan lain-lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah saling menyemangati dan membantu satu sama lain dalam penyusunan karya akhir.
6. Teman-teman kantor yang telah memberi saran atau masukan dan semangat kepada penulis dalam pembuatan karya akhir

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Penulis menyadari adanya keterbatasan dalam kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki sehingga terdapat ketidaksempurnaan dalam pembuatan karya akhir. Oleh karena itu, penulis mengharapkan ketersediaan untuk memberikan kritik dan saran guna untuk meningkatkan kualitas karya akhir ini.

Jakarta, Januari 2024

Clara Hariyanto

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	5
D. Batasan Penelitian.....	5
E. Rumusan Masalah.....	5
F. Tujuan Penelitian.....	6
G. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teoritis.....	7
B. Peneltian Terdahulu	17
C. Kerangka Pemikiran	19

D. Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Obyek Penelitian.....	22
B. Disain Penelitian.....	22
C. Variabel Penelitian.....	24
D. Teknik Sampling.....	25
E. Teknik Pengumpulan Data.....	26
F. Teknik Analisis Data.....	27
BAB IV HASIL ANALISIS dan PEMBAHASAN	35
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	35
B. Analisis Deskriptif.....	38
C. Hasil Penelitian.....	43
D. Pembahasan	46
BAB V SIMPULAN dan SARAN	49
A. Simpulan.....	49
B. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	53



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 1	17
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 2	17
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu 3	18
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu 4	18
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu 5	18
Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu 6	19
Tabel 2.7 Penelitian Terdahulu 7	19
Tabel 3.1 Pengukuran Kualitas Produk	24
Tabel 3.2 Pengukuran Persepsi Harga	24
Tabel 3.3 Pengukuran Keputusan Pembelian	25
Tabel 3.4 Rentang Skala	30
Tabel 4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Kualitas Produk	40
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Persepsi Harga	41
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	44
Tabel 4.6 Hasil Uji F dan Koefisien Determinasi.....	45
Tabel 4.7 Hasil Uji t.....	45



DAFTAR GAMBAR



Hak cipta dimiliki oleh Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 1.1 Toko Online yang Sering Digunakan Responden (Januari 2023).....	2
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan	7
Gambar 2.2 Diagram Kerangka Pemikiran	20
Gambar 4.1 Produk <i>Sketch Book</i>	35
Gambar 4.2 Produk Pensil Warna	36
Gambar 4.3 Produk Krayon	37
Gambar 4.4 Produk Spidol	37
Gambar 4.5 Produk Cat Air	38

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	57
Lampiran 1.2 Analisis Deskriptif.....	58
Lampiran 1.3 Estimasi Persamaan Regresi	60
Lampiran 1.4 Uji Asumsi Klasik	60
Lampiran 1.5 Uji Kesesuaian Model (Uji F) dan Koefisien Determinasi (R^2)	61
Lampiran 1.6 Uji t	61
Lampiran 2.1 Data Hasil Kuisisioner Kualitas Produk	62
Lampiran 2.2 Data Hasil Kuisisioner Persepsi Harga.....	64
Lampiran 2.3 Data Hasil Kuisisioner Keputusan Pembelian	66