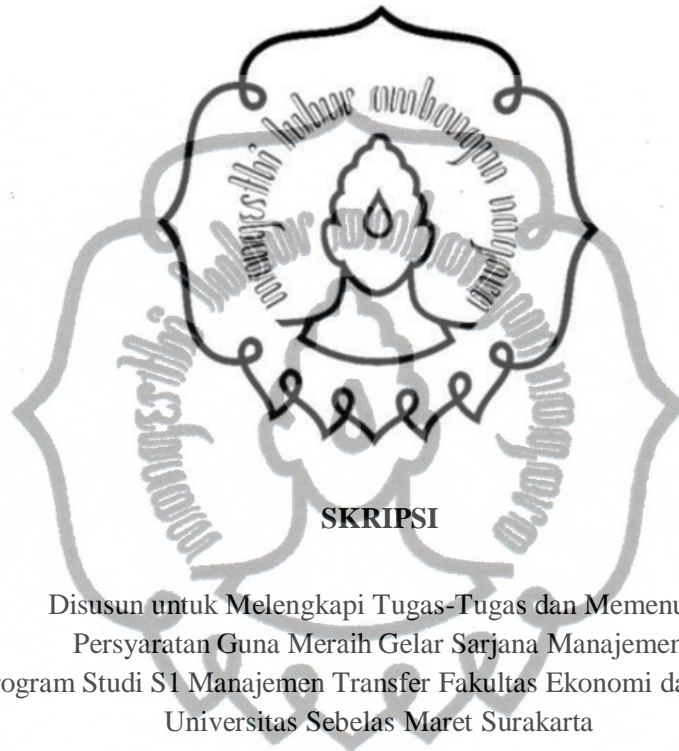


**PENGARUH PERBANDINGAN HARGA, KEADILAN HARGA,
DAN NILAI YANG DIRASAKAN KONSUMEN TERHADAP NIAT
PEMBELIAN YANG DIMODERASI OLEH TIPE DISKON**

(Survei Online pada Konsumen di Kota Semarang)



SKRIPSI

Disusun untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Persyaratan Guna Meraih Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi S1 Manajemen Transfer Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Disusun Oleh:

REYHANIA ALMIRA ARDIAN

F1219032

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

com **2021** *user*

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH PERBANDINGAN HARGA, KEADILAN HARGA,
DAN NILAI YANG DIRASKAAN KONSUMEN TERHADAP NIAT
PEMBELIAN YANG DIMODERASI OLEH TIPE DISKON
(Survei Online pada Konsumen di Kota Semarang)**

Ditulis oleh mahasiswa : **REYHANIA ALMIRA ARDIAN (F1219032)**

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh dosen pembimbing

Surakarta, 29 September 2021



CATUR SUGIARTO S.E., M.S.M, PH.D
NIP: 198305082014041001

commit to user

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH PERBANDINGAN HARGA, KEADILAN HARGA, DAN NILAI YANG DIRASAKAN KONSUMEN TERHADAP NIAT PEMBELIAN YANG DIMODERASI OLEH TIPE DISKON (Survei Online pada Konsumen di Kota Semarang)

Atas nama mahasiswa: **REYHANIA ALMIRA ARDIAN (F1219032)**

Telah disetujui dan disahkan oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen oleh

1. KETUA TIM PENGUJI RETNO TANDING SURYANDARI SE., M.E., PH.D
197105282000032001



20 September
2021

2. PEMBIMBING CATUR SUGIARTO S.E., M.S.M, PH.D
198305082014041001



15 September
2021

3. ANGGOTA PENGUJI HARYANTO S.E., M.SI
197403092006041001



17 September
2021



Mengetahui,
Kepala Program Studi S1 Manajemen

Dr Atmaji, MM.
NIP: 195905311985031004

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH PERBANDINGAN HARGA, KEADILAN HARGA, DAN NILAI YANG
DIRASAKAN KONSUMEN TERHADAP NIAT PEMBELIAN YANG DIMODERASI
OLEH TIPE DISKON (Survei Online pada Konsumen di Kota Semarang)**

ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Surakarta, 15 September 2021



REYHANIA ALMIRA ARDIAN
NIM: F1219032

Form pernyataan ini dicetak dari laman <https://manajemen.feb.uns.ac.id>, digunakan sebagai bagian dari skripsi

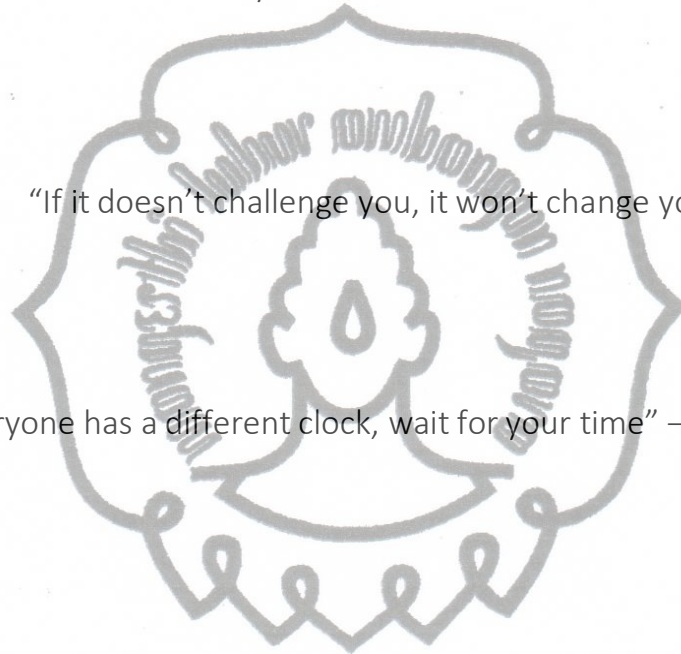
commit to user

MOTTO

“When something is important enough, you do it even if the odds are not in your favor” –Elon Musk

“If it doesn’t challenge you, it won’t change you”

“Everyone has a different clock, wait for your time” –Jay Shetty



commit to user

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Keempat orang tua saya yang selalu memberikan doa dan dukungan
2. Adik saya yang setia mendengarkan keluh kesah saya
3. My long distance boyfriend yang selalu support saya setiap hari dalam mengerjakan skripsi
4. Sahabat-sahabat saya (Tia, Mas Yoga, Ich, Mbak Hilda, Mas Aldi, Mbak Yania, dan Vania) yang selalu ada disaat saya butuh
5. Almamaterku, Universitas Sebelas Maret Surakarta
6. Teman sekelas Manajemen Transfer UNS Angkatan 2019
7. Para pembaca sekalian

commit to user

KATA PENGANTAR

Salam sejahtera untuk kita semua. Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya sehingga penyusunan skripsi dengan judul **Pengaruh Perbandingan Harga, Keadilan Harga, dan Nilai yang Dirasakan Konsumen terhadap Niat Pembelian yang Dimoderasi oleh Tipe Diskon (Survei Online pada Konsumen di Kota Semarang)** ini dapat selesai dengan baik. Penelitian ini disusun untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberi dukungan dalam proses penyusunan skripsi. Oleh karenanya, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Drs. Djoko Suhardjanto, M.Com.(Hons)., Ph.D., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta
2. Catur Sugiarto S.E., M.S.M, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi
3. Orang tua dan adik saya yang selalu memberikan dukungan
4. Teman angkatan Manajemen Transfer 2019
5. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi

Penulis sadar sepenuhnya atas beberapa kekurangan dalam penelitian skripsi ini. Untuk itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca sekalian yang berguna sebagai masukan untuk penelitian dan penulisan yang lebih baik di kemudian hari. Namun, peneliti mengharapkan bahwa penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya.

Semarang, 23 Juli 2021

Reyhanisa Almira Ardian

commit to user

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses mengenai pilihan konsumen terhadap promosi penjualan produk perawatan pribadi (*shampoo*) dengan dua tipe diskon yang berbeda yang mengarah pada niat pembelian pada konsumen di Kota Semarang. Data dikumpulkan secara online dari 131 responden melalui metode *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan software SmartPLS 3 untuk menguji secara empiris model tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua hipotesis atau interaksi hubungan signifikan antar variabel, dimana moderasi tipe diskon dapat memperkuat hubungan. Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada praktisi terkait dengan upaya meningkatkan penjualan mereka dengan memberikan promosi penjualan yang sesuai. Pada hubungan antara variabel perbandingan harga dengan nilai yang dirasakan konsumen, nilai moderasi pada tipe diskon produk lebih tinggi dibandingkan dengan tipe gratis pengiriman yang mana dapat disimpulkan bahwa konsumen lebih senang dengan tipe diskon produk karena mereka menganggap hal tersebut dapat memberikan penghematan uang.

Kata kunci: perbandingan harga, kewajaran harga, tipe diskon, gratis pengiriman, diskon produk, nilai yang dirasakan konsumen, niat beli

ABSTRACT

The purpose of this study is to identify about consumer choices towards personal care product (shampoo) sale promotion with two different types of discounts that leads to consumer purchase intention in Semarang City. The data were collected online from 131 respondents through purposive sampling method and analysed using SmartPLS 3 software to test the model empirically. The results of the research/study show that every hypothesis or interaction between variables are significant, where discount type moderation could strengthened the connection. This research provides information for practitioners related to the intention of increasing their sale by giving suitable sale promotion. In the relation of variable price comparison with perceived value, moderation value on the product discount type is higher compared to the free shipping type which we can conclude that consumers are happier with product discount because they consider it as a money saving.

Keywords: Price Comparison, Price Fairness, Discount type, Free Delivery, Price Discount, Perceived Value, Purchase Intention

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS..... | iii |
| MOTTO..... | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| ABSTRAK | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 12 |
| 1.3. Tujuan..... | 13 |
| 1.4. Manfaat Penelitian..... | 14 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS | |
| 2.1. Posisi Studi..... | 15 |
| 2.2. Pengertian Isu Utama Penelitian | 23 |
| 2.3. Pembahasan Teori dan Hipotesis..... | 24 |
| 2.3.1. Perbandingan Harga..... | 24 |
| 2.3.2. Nilai yang Dirasakan..... | 25 |
| 2.3.3. Keadilan Harga | 26 |
| 2.3.4. Niat Beli | 28 |
| 2.3.5. Tipe Diskon sebagai Variabel Moderasi | 29 |
| 2.4. Model Penelitian..... | 31 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |

commit to user

| | |
|--|----|
| 3.1. Desain Penelitian | 32 |
| 3.2. Populasi, Sampel, dan <i>Sampling</i> | 33 |
| 3.2.1. Populasi | 33 |
| 3.2.2. Sampel | 33 |
| 3.2.3. <i>Sampling</i> | 34 |
| 3.3. Batasan Penelitian | 35 |
| 3.4. Instrumen Penelitian | 36 |
| 3.5. Sumber Data | 37 |
| 3.5.1. Data Primer | 37 |
| 3.5.2. Data Sekunder | 37 |
| 3.6. Metode Analisis Data | 37 |
| 3.6.1 Analisis Deskriptif | 37 |
| 3.6.2. Data Screening | 38 |
| 3.6.3. <i>Scale Validity Analysis</i> | 38 |
| 3.6.3.1. <i>Measurement Model Analysis</i> | 38 |
| 3.6.3.2. <i>Structural Model Analysis</i> | 40 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1. Analisis Deskriptif | 43 |
| 4.2. Data Screening | 44 |
| 4.3. <i>Scale Validity Analysis</i> | 47 |
| 4.3.1. <i>Measurement Model Analysis</i> | 47 |
| 1. Jumlah Kecukupan Sampel | 47 |
| 2. Faktor/ Dimensi Variabel | 48 |
| 3. Uji Validitas | 54 |
| 4. Uji Reliabilitas | 55 |
| 5. Uji <i>Discriminant Validity</i> | 56 |
| 4.3.2. <i>Structural Model Analysis</i> | 57 |
| 1. Uji Goodness of Fit | 57 |
| 2. Analisis Hipotesis dan Pembahasan | 61 |
| 2.1. Uji Kausalitas | 61 |
| 2.2. <i>Direct, Indirect, dan Total Effect</i> | 66 |

| | |
|---|----|
| 2.3. Uji Moderasi | 67 |
| BAB V KESIMPULAN | |
| 5.1. Kesimpulan | 69 |
| 5.2. Implikasi Penelitian | 70 |
| 5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran..... | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA | 73 |
| LAMPIRAN | 78 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1 Posisi Studi..... | 23 |
| Tabel 2 Responden Kota Semarang | 43 |
| Tabel 3 Hasil <i>Group Statistics Independent T-Test</i> | 45 |
| Tabel 4 Hasil <i>Independent Samples Test</i> | 46 |
| Tabel 5 KMO dan <i>Bartlett's Test</i> Perbandingan Harga | 48 |
| Tabel 6 KMO dan <i>Bartlett's Test</i> Nilai yang Dirasakan..... | 50 |
| Tabel 7 KMO dan <i>Bartlett's Test</i> Keadilan Harga..... | 52 |
| Tabel 8 KMO dan <i>Bartlett's Test</i> Niat Beli | 53 |
| Tabel 9 Hasil <i>Outer Loadings</i> | 55 |
| Tabel 10 Hasil Uji Reliabilitas..... | 56 |
| Tabel 11 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> | 57 |
| Tabel 12 Hasil Goodness of Fit..... | 58 |
| Tabel 13 Hasil Goodness of Fit (<i>Consistent PLS Algorithm</i> Analisis 1) | 59 |
| Tabel 14 Hasil Goodness of Fit (<i>Consistent PLS Algorithm</i> Analisis 2) | 60 |
| Tabel 15 Hasil Uji AVE dan <i>R Square</i> | 61 |
| Tabel 16 Uji Kausalitas | 62 |
| Tabel 17 <i>Direct, Indirect, dan Total Effect</i> | 66 |
| Tabel 18 Hasil <i>Multi Group Analysis Discount Type</i> | 67 |
| Tabel 19 <i>Path Coefficient Discount Type</i> | 68 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1 Penetrasi Pengguna Internet di Asia Tenggara | 2 |
| Gambar 2 Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia | 3 |
| Gambar 3 Top Sosial Media Indonesia..... | 4 |
| Gambar 4 <i>Instagram Shopping</i> | 6 |
| Gambar 5 <i>Most Used Social Media Platforms</i> | 7 |
| Gambar 6 <i>Instagram Audience Overview</i> | 8 |
| Gambar 7 <i>Indonesian Consumer Behaviors</i> | 10 |
| Gambar 8 Model Riset Ahmad dan Callow (2018) | 20 |
| Gambar 9 Model Riset Chung dan Kim (2015)..... | 21 |
| Gambar 10 Model Riset Chung dan Petrick (2012) | 22 |
| Gambar 11 Konstruksi Model Penelitian | 31 |
| Gambar 12 <i>Scree Plot</i> Perbandingan Harga..... | 49 |
| Gambar 13 <i>Scree Plot</i> Nilai yang Diraskan..... | 51 |
| Gambar 14 <i>Scree Plot</i> Keadilan Harga..... | 52 |
| Gambar 15 <i>Scree Plot</i> Niat Beli..... | 54 |
| Gambar 16 Modifikasi Struktur Model..... | 63 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... | 69 |
| Lampiran 2 Data Penelitian | 75 |
| Lampiran 3 Hasil Model Struktural Uji Goodness of Fit | 82 |
| Lampiran 4 Hasil Model Struktural Uji Hipotesis | 83 |

