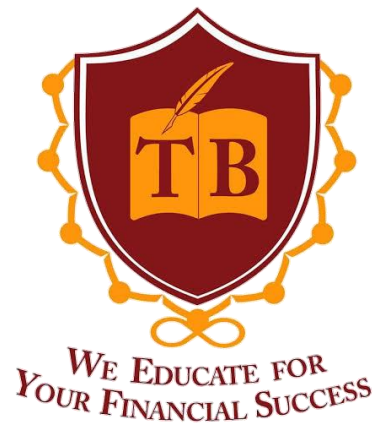


**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN TIKO ONLINE SHOP**

(Study Toko Florence Shop)

**SKRIPSI**



Oleh:

**MIFTA TRI YULIANTI**

**NIM 162111053**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRIBHAKTI**

**BEKASI**

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama                    Miha Tri Yulianti

NIM                     162111053

Program Studi        Manajemen

Judul Skripsi         “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli  
Konsumen Toko Online Shop (Study Toko Florence Shop) ”

Skripsi tersebut disetujui dan diterima dengan baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan dalam memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Jurusan Manajemen di Tri Bhakti Business School

Bekasi, 12 Mei 2023

Mengetahui,

Ka. Program Studi S1 Manajemen,



**Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si**

NIDN : 0325107402

Dosen Pembimbing



**Irvan F.C Oentoeng, SE., MM**

NIDN : 0411118204

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN**  
**TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**  
**DI TOKO ONLINE SHOP**  
**(Study Toko Florence Shop)**

Oleh

Mifta Tri Yulianti

162111053

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian

Guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Manajemen

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera di bawah ini

Bekasi, 12 Mei 2023

**Ketua Penguji**



**Drs Tigor Hutapea.ME**

**NIDN : 0327096203**

**Anggota Tim Penguji I**



**Ir. Prillia Heliawan,MM**

**NIDN: 0430047303**

**Anggota Tim Penguji II**



**Irvan F.C Oentoeng,SE.,MM**

**NIDN : 0411118204**

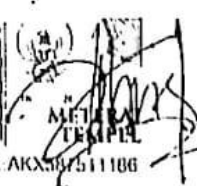
**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**  
**KARYA TULIS PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Manajemen, di Tri Bhakti Business School maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan dosen penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis jelas dengan mencantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Bekasi, 12 Mei 2023

Yang Membuat Pernyataan,

  
MIFTA TRI YULIANTI  
162111053

**Mifta Tri Yulianti**  
**162111053**



## **ABSTRAK**

Bisnis online kini bukan lagi sebuah tren yang hanya sekedar muncul karena kepopuleran internet saja, melainkan bisnis online telah menjadi pasar yang kuat dan memiliki potensi tinggi yang akan bertahan lama.

Toko Florence Shop merupakan Toko yang menjual perlengkapan bayi, anak dan ibu dengan harga yang kompetitif dan kualitas terjamin masyarakat sangat menyukai toko Florence Shop dikarenakan harga yang cukup murah, pelayanan baik dan barang dagangannya lengkap, sesuai dengan keperluan dan kebutuhan bayi. Tempat Penelitian ini dilakukan di Perumahan Vida Bumi Pala Grand Bekasi Taman Apel Merah II A7 No 37 Cimuning-Mustika Jaya, Kota Bekasi, Penelitian ini hanya dilakukan untuk Konsumen Toko Florence Shop yang menggunakan metode penelitian analisis deskriptif kuantitatif dan metode penelitian analisis regresi linear berganda, dengan Populasi 1569, dan dengan Sample 95 yang sudah ditentukan dengan menggunakan Rumus Slovin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji Persial (Uji t) Harga (X1) terdapat hasil tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Minat Beli (Y) dan Kualitas Pelayanan (X2) terdapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y). Pada hasil uji serempak (Uji f) variable bebas yaitu Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y). Berdasarkan uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa konstanta yang diperoleh sebesar 8,728 artinya jika Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) nilai adalah 0, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,239 berada  $0 \leq R^2 \leq 1$  yang berarti bahwa 26,2% Minat Beli berasal dari kontribusi Harga dan Kualitas Pelayanan, sedangkan 73,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar atau yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

**Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, dan Minat Beli**

## **ABSTRACT**

*Online business is no longer a trend that only appears because of the popularity of the internet, but online business has become a strong market and has high potential that will last a long time.*

*The Florence Shop store is a store that sells baby, child and mother equipment at competitive prices and guaranteed quality. Place This research was conducted at Vida Bumi Pala Housing Grand Bekasi Taman Apel Merah II A7 No 37 Cimuning-Mustika Jaya, Bekasi City. This research was only conducted for Florence Shop Shop Consumers who used quantitative descriptive analysis research methods and multiple linear regression analysis research methods. with a Population of 1569, and with a Sample of 95 which has been determined using the Slovin Formula. The results of this study indicate that the Persian test (*t test*) Price (X1) has no positive and insignificant effect on Purchase Intention (Y) and Service Quality (X2) which has a positive and significant effect on Purchase Intention (Y). In the simultaneous test results (Test *f*) the independent variables namely Price (X1) and Quality of Service (X2) simultaneously have a positive and significant effect on Purchase Intention (Y). Based on the multiple linear regression test, it shows that the constant obtained is 8.728, meaning that if the Price (X1) and Service Quality (X2) values are 0, it is known that the coefficient of determination is 0.239 which is  $0 \leq R^2 \leq 1$ , which means that 26.2% Purchase Intention comes from the contribution of Price and Service Quality, while 73.8% is influenced by other factors outside or not included in the study.*

**Keywords: Price, Service Quality, and Purchase Intention**

## KATA PENGANTAR

Dengan Mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, Karena berkat Rahmat dan Hidayah-Nya penyusunan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Toko Online (Study Toko Florence Shop Shopee)** ” ini dapat diselesaikan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada jurusan Manajemen di Tri Bhakti Business School. Dalam rangka penyelesaian Skripsi ini, banyak hambatan yang dihadapi oleh penulis. Namun berkat kehendak Tuhan Yang Maha Esa penulis berhasil menyelesaikan penyusunan Skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar - besarnya kepada :

1. Puji syukur kepada ALLAHSWT, karenahanya atas izin dan kehendak-Nya maka skripsi ini dapat selesai dengan waktunya.
2. Yang Terhormat, Bapak Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si Selaku Ketua Prodi Manajemen.
3. Yang Terhormat, Bapak Irvan Oentoeng , SE., MM Selaku Dosen pembimbing skripsi yang bersedia meluangkan waktu dan kesempatannya untuk memeberikan masukan dan arahan yang sangat berguna bagi penulis .
4. Yang Terhormat, Bapak Drs Tigor Hutapea, M, E Selaku Ketua Penguji yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada Penulis.
5. Yang Terhormat Bapak Ir. Prillia Heliawan, M.M Selaku Penguji Utama yang telah memberikan masukan dan pengarahan Guna Penyempurnaan Penulisan skripsi ini.

6. Nio Denny Dannisca selaku suami saya , Anak saya Nio Arsen Pahlevi yang selalu membuat saya semangat dalam membuat skripsi, Beserta orang tua saya yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat yang selalu diberikan tiada hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.

Bekasi, 12 Maret 2023

Mifta Tri Yulianti

## **Motto**

*"Pendidikan adalah kunci untuk membuka dunia, sebuah paspor untuk mencapai keberhasilan"*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>MOTTO</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x

### **BAB I PENDAHULUAN**

<b>1.1</b> Latar Belakang Masalah .....	1
<b>1.2</b> Identifikasi Masalah .....	5
<b>1.3</b> Batasan Masalah .....	5
<b>1.4</b> Rumusan Masalah.....	6
<b>1.5</b> Tujuan Penelitian .....	6
<b>1.6</b> Manfaat Penelitian .....	6
<b>1.7</b> Sistematika Penulisan .....	7

### **BAB II TUJUAN PUSTAKA**

<b>2.1</b> Landasan Teori .....	8
<b>2.1.1</b> Pengertian Manajemen.....	8
<b>2.1.2</b> FungsiManajemen.....	8
<b>2.2</b> Manajemen Pemasaran.....	9
<b>2.2.1</b> Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
<b>2.2.2</b> Tujuan Pemasaran.....	9
<b>2.3</b> Fungsi Manajemen Pemasaran .....	9

<b>2.4</b>	Pengertian Harga .....	11
<b>2.4.1</b>	Tujuan Penetapan Harga .....	11
<b>2.4.2</b>	Dimensi Harga .....	11
<b>2.4.3</b>	Indikator Harga .....	12
<b>2.5</b>	Kualitas Pelayanan .....	13
<b>2.5.1</b>	Dimensi Kualitas Pelayanan .....	13
<b>2.5.2</b>	Indikator Kualitas Pelayanan .....	14
<b>2.5.3</b>	Unsur – unsur Pelayanan .....	15
<b>2.6</b>	Minat Beli .....	15
<b>2.6.1</b>	Pengertian Minat Beli .....	15
<b>2.6.2</b>	Faktor – faktor yang mempengaruhi Minat Beli .....	16
<b>2.6.3</b>	Dimensi Minat Beli .....	17
<b>2.6.4</b>	Indikator Minat Beli .....	18
<b>2.7</b>	Penelitian Terdahulu .....	19
<b>2.8</b>	Kerangka Pemikiran .....	22
<b>2.9</b>	Hipotesis Pemikiran .....	22

### **BAB III METODE PENELITIAN**

<b>3.1</b>	Desain Penelitian .....	23
<b>3.1.1</b>	Jenis Penelitian .....	23
<b>3.1.2</b>	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	23
<b>3.1.3</b>	Subyek dan Obyek Penelitian .....	23
<b>3.2</b>	Definisi Operasional Variabel .....	24
<b>3.2.1</b>	Variabel Independen .....	24
<b>3.2.2</b>	Variabel Dependen .....	24
<b>3.3</b>	Skala Pengukur .....	26
<b>3.3.1</b>	Skala Likert .....	26
<b>3.4</b>	Populasi Sampel .....	27

3.4.1	Populasi .....	27
3.4.2	Sampel .....	27
3.5	Pengolahan Data .....	28
3.5.1	Uji Validitas .....	28
3.5.2	Uji Realibilitas .....	28
3.6	Analisa Regresi Linear Berganda .....	29
3.7	Uji Amsusi Klasik .....	29
3.7.1	Uji Normalitas .....	29
3.7.2	Uji Multikolinearitas .....	30
3.7.3	Uji Heterokedastistas .....	30
3.7.4	Uji Autokolerasi .....	31
3.7.5	Uji Linearitas .....	32
3.8	Uji Hipotesis .....	32
3.8.1	Uji Parsial .....	32
3.8.2	Uji Simultan .....	33
3.8.3	Uji Koefisien Determinan .....	33

#### **BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

6.1	Profil Perusahaan .....	34
6.1.1	Lokasi Toko Florence Shop .....	35
6.1.2	Nama dan Jabatan Toko Florence Shop .....	35
6.1.3	Struktur Organisasi Toko Florence Shop .....	35
6.2	Penyajian Data .....	36
6.2.1	Deskripsi data Responden .....	36
6.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
6.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	36
6.3	Uji Instrumen .....	37
6.3.1	Uji Validitas Harga .....	37

<b>6.3.2</b>	Uji Validitas Kualitas Pelayanan .....	38
<b>6.3.3</b>	Uji Validitas Minat Beli .....	39
<b>6.4</b>	Uji Reabilitas .....	39
<b>6.4.1</b>	Uji Reabilitas Harga .....	39
<b>6.4.2</b>	Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan.....	40
<b>6.4.3</b>	Uji Reabilitas Minat Beli.....	40
<b>6.5</b>	Uji Prasyarat Analisis Data .....	40
<b>6.5.1</b>	Uji Normalitas Data Uji.....	40
<b>6.5.2</b>	Uji Multikolinearitas .....	40
<b>6.5.3</b>	Uji Heteroskedastisitas .....	41
<b>6.6</b>	Analisis Data .....	42
<b>6.6.1</b>	Uji Regresi Linear Berganda.....	43
<b>6.6.2</b>	Uji Signifikansi Parsial (Uji T) .....	43
<b>6.6.3</b>	Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	43
<b>6.6.4</b>	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	44
<b>6.7</b>	Pengujian Hipotesis .....	45
<b>6.7.1</b>	Pengujian Hipotesis I .....	45
<b>6.7.2</b>	Pengujian Hipotesis II .....	45
<b>6.7.3</b>	Pengujian Hipotesis III .....	45
<b>6.8</b>	Pembahasan Hasil Penelitian.....	46
<b>6.8.1</b>	Hasil Kuesioner Harga .....	47
<b>6.8.2</b>	Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan .....	47
<b>6.8.3</b>	Hasil Kuesioner Minat Beli .....	47

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

<b>5.1</b>	Kesimpulan .....	48
<b>5.2</b>	Saran.....	49
<b>5.2.1</b>	Untuk Perusahaan.....	49

5.2.2 Untuk Penelitian Selanjutnya .....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>50</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>52</b>