

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SAFF & CO DI SHOPEE DENGAN  
CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta



Disusun oleh:

**PUTRI PERMATASARI**

**212304056**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS JENDERALACHMAD YANI  
YOGYAKARTA**

**2025**

## HALAMAN PENGESAHAN

### SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAFF & CO DI SHOPEE DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI** Diajukan Oleh:

**PUTRI PERMATASARI**

212304056

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji dan Dinyatakan Sah Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen (S-1) Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

Tanggal : 14 Agustus 2025

Mengesahkan,

Pembimbing,



Rizki Wahyuning Damayanti, S.E., M.Sc

Ketua Penguji,




Murwani Eko Astuti, S.E., MBA.

Anggota Penguji,



Rizki Wahyuning Damayanti, S.E.,

Pjs. Ketua Program Studi Manajemen,



Murwani Eko Astuti, S.E., MBA.

NPP. 2018.13.0130

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

Nama : Putri Permatasari

NPM : 212304056

Program studi : Manajemen (S1)

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian  
SAFF & Co Di Shopee Dengan Citra Merek Sebagai Variabel  
Mediasi

Menyatakan bahwa hasil penelitian dengan judul tersebut di atas adalah asli karya saya sendiri dan bukan hasil *plagiarisme*. Semua referensi dan sumber terkait yang di kutip dalam karya ini telah ditulis sesuai kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Dengan ini, saya menyatakan untuk menyerahkan hak cipta penelitian ini kepada Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta guna kepentingan ilmiah.

Demikian surat pernyataan ini di buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak mana pun. Apabila terdapat kekeliruan atau di temukan adanya pelanggaran akademik di kemudian hari, maka saya bersedia menerima konsekuensi yang berlaku sesuai ketentuan akademik.

Yogyakarta, 6 Agustus 2025

  
  
Putri Permatasari

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian SAFF & Co Di Shoppe Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi".

Skripsi ini dapat diselesaikan atas bimbingan, arahan, dan bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr.rer.nat.apr. Triana Hertiani, S.Si., M.Si. selaku Rektor Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
2. Bapak Edhy Tri Cahyono, S.Si., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
3. Ibu Murwani Eko Astuti, S.E., MBA. selaku Ketua Prodi Manajemen (S-1)
4. Ibu Rizki Wahyuning Damayanti, S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing penyusunan tugas akhir skripsi yang telah memberikan banyak ilmu, dukungan, serta motivasi.
5. Seluruh sivitas akademika Universitas Jendral Achmad Yani Yogyakarta
6. Ayah tercinta Nanang Supriyo, S.E., M.M (Alm) yang tidak sempat melihat penulis menggunakan toga yang beliau impikan, rasa sayang kepada beliau tidak akan pernah berkurang meskipun pada akhirnya harus melewati perjalanan ini tanpa ditemani beliau. Semoga ini bisa membuat almarhum bahagia dan bangga melihat anaknya ini di surganya Allah SWT, Aamiin.
7. Secara khusus terhadap ibunda tercinta Dwi Rahayu, S.E perempuan hebat yang menjadi tulang punggung keluarga sekaligus menjalankan dua peran bagi kedua anaknya, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang serta do'a. Kesuksesan dan segala hal baik kedepannya akan penulis dapatkan adalah karena beliau.

8. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Ahmad Naim Jamalludin, telah berkontribusi meluangkan waktu, pikiran dan senantiasa sabar menghadapi saya. Terimakasih telah mendukung, mendengarkan keluh kesah dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
9. Terimakasih kepada sahabat seperjuangan Wanda Al Maratus, Rigita Ayu, Adinda Cantika, Resti Nirmala, Fajar Istiqomah, Cahya Fina. Terimakasih atas segala motivasi dan dukungan kalian.

PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	15
C. Tujuan Masalah .....	17
D. Manfaat Penelitian .....	18
1. Manfaat Teoritis .....	18
2. Manfaat Praktis .....	19
E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	19
1. Ruang lingkup .....	19
2. Batasan Penelitian .....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	20
A. Landasan Teori.....	20
1. Grand Theory – Perilaku Konsumen.....	20
2. Pengertian Promosi.....	23
3. Harga.....	26
4. Citra Merek .....	28
5. Keputusan Pembelian .....	31
B. Penelitian Terdahulu.....	35
C. Kerangka Berfikir.....	47
D. Pengembangan Hipotesis .....	48
BAB III METODE PENELITIAN .....	58

A. Desain Penelitian.....	58
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	58
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	59
D. Populasi dan Sampel .....	62
1. Populasi .....	62
2. Sampel.....	63
E. Teknik Pengumpulan data.....	64
F. Teknik Analisis Data.....	65
1. Analisis Deskriptif.....	66
2. Uji Instrument.....	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	72
A. Deskripsi Data .....	72
1. Deskripsi objek penelitian .....	72
2. Karakteristik Responden .....	73
3. Deskripsi Data Variabel Penelitian .....	76
B. Analisis Data .....	85
1. Hasil Uji Outer Model.....	86
2. Hasil Uji Reliabilitas .....	87
3. Hasil Uji inner Model.....	89
C. Pembahasan.....	94
1. Pengaruh Harga terhadap Citra Merek.....	98
2. Pengaruh Promosi terhadap Citra Merek .....	100
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	109
A. Kesimpulan .....	109
1. Promosi berpengaruh positif terhadap citra merek.....	110
2. Harga berpengaruh positif terhadap citra merek. ....	110
3. Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian .....	110
B. Saran .....	111
DAFTAR PUSTAKA.....	114
LAMPIRAN .....	119

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel .....	59
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	65
Tabel 4. 1 Kriteria Jenis Kelamin Responden .....	73
Tabel 4. 2 Kriteria Usia Responden.....	74
Tabel 4. 3 Kriteria Pekerjaan Responden .....	75
Tabel 4. 4 Kriteria Frekuensi Pernah Membeli .....	76
Tabel 4. 5 Deskripsi Statistik.....	77
Tabel 4. 6 Uji Validitas Konvergen Nilai Loading Factor & AVE.....	82
Tabel 4. 7 <i>Cross Loading</i> .....	85
Tabel 4. 8 <i>Construct Realibility</i> .....	88
Tabel 4. 9 <i>R-Square</i> .....	89
Tabel 4. 10 Uji Model Fit.....	90
Tabel 4. 11 Pengujian Pengaruh Langsung <i>Path Coefficient</i> .....	91
Tabel 4. 12 <i>Spesific Indirects Effects</i> .....	91
Tabel 4. 13 Uji Hipotesis .....	92

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkiraan Perkembangan <i>E-commerce</i> Indonesia Tertinggi Sedunia	2
Gambar 1. 2 Situs <i>E-commerce</i> yang memiliki Data Pengunjung Terbanyak di Indonesia.....	3
Gambar 1. 3 Rangkuman Data Parfum Lokal .....	5
Gambar 1. 4 Penjualan Parfum SAFF & Co di shopee .....	8
Gambar 1. 5 Harga Parfum SAFF & Co di Shopee.....	10
Gambar 1. 6 Komentar Konsumen.....	11
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	47

PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI  
YOGYAKARTA

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN .....	120
LAMPIRAN 2 DATA PENELITIAN.....	131
LAMPIRAN 3 IDENTITAS RESPONDEN.....	139
LAMPIRAN 4 DATA DESKRIPSI RESPONDEN .....	149
LAMPIRAN 5 ANALISIS DATA.....	152

PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI  
YOGYAKARTA