

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK *DESSERT*
DI WILAYAH JAKARTA**

JANNATI ADENI YUHA

1707619029



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

INFLUENCING FACTORS

PURCHASE DECISIONS ON DESSERT PRODUCTS

IN JAKARTA

JANNATI ADENI YUHA

1707619029



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

This thesis was prepared as one of the requirements to obtain a Bachelor of Education degree at the Faculty of Economics, Jakarta State University

BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM

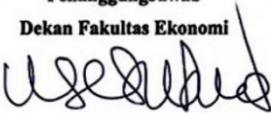
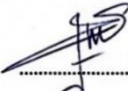
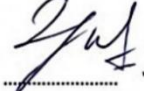
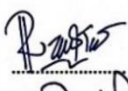
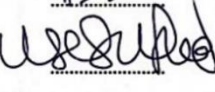

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | | | |
|---|---|--|-----------------|
| PenanggungJawab Dekan Fakultas Ekonomi  Prof. Usep Suhud, Ph.D NIP. 197002122008121001 | | | |
| No | Nama | Tanda Tangan | Tanggal |
| 1 | Prof. Dr. Corry Yohana, MM NIP. 195909181985032011 (Ketua Sidang) |  | 18 Januari 2024 |
| 2 | Muhammad Fwaiq, M.Ec.Dev. NIP. 198507232010121002 (Penguji 1) |  | 18 Januari 2024 |
| 3 | Rizka Zakiah, M.Pd NIP. 199401182023212040 (Penguji 2) |  | 18 Januari 2024 |
| 4 | Prof. Usep Suhud, Ph.D NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1) |  | 18 Januari 2024 |
| 5 | Rahmi, SE, M.S.M NIP. 198305012018032001 (Pembimbing 2) |  | 18 Januari 2024 |
| Nama : Jannati Adeni Yuha No. Registrasi : 1707619029 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : | | | |

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 31 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Jannati Adeni Yuha

(1707619029)

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Jannati Adeni Yuha
NIM : 1707619029
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pendidikan Bisnis
Alamat email : Jannatiyu@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Produk *Dessert* di Wilayah Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Januari 2024

Peneliti

Jannati Adeni Yuha
No. Reg. 1707619029

ABSTRAK

JANNATI ADENI YUHA, 2024. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Produk *Dessert* di Wilayah Jakarta. Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2023.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *viral marketing*, *perceived price*, dan *product quality* terhadap *perceived intention*. Serta menguji pengaruh *purchase intention* terhadap *purchase decision*. Penelitian ini dilakukan di wilayah Jakarta, menggunakan metode survei dengan penyebaran kuesioner melalui *Microsoft Form*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian produk *Mixue* sebanyak minimal dua kali, berdomisili di Jakarta dan berusia minimal 17 tahun. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan *purposive sampling*, dengan total sampel sebanyak 202 responden. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis SEM (*Structural Equation Modelling*). Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *purchase intention* dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh *viral marketing* dan *product quality*. *Purchase decision* dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh *purchase intention*. *Purchase intention* ditemukan tidak dipengaruhi secara signifikan oleh variabel *perceived price*. Variabel *purchase decision* ditemukan tidak dipengaruhi secara signifikan oleh *viral marketing*, *perceived price*, dan *product quality*.

Kata Kunci: *Viral marketing*, *perceived price*, *product quality*, *purchase intention*, dan *purchase decision*.

ABSTRACT

JANNATI ADENI YUHA, 2024. Factors that Influence Purchasing Decisions on Dessert Products in the Jakarta Area. Business Education Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University, 2023.

The aim of this research is to examine the influence of viral marketing, perceived price, and product quality on perceived intention. As well as testing the influence of purchase intention on purchase decisions. This research was conducted in the Jakarta area, using a survey method by distributing questionnaires via Microsoft Form. The population used in this research are customers who have purchased Mixue products at least twice, live in Jakarta and are at least 17 years old. This research used a purposive sampling technique, with a total sample of 202 respondents. The approach used in this research is a quantitative approach with SEM (Structural Equation Modeling) analysis techniques. The findings from this research show that purchase intention is influenced positively and significantly by viral marketing and product quality. Purchase decisions are influenced positively and significantly by purchase intention. Purchase intention was found not to be significantly influenced by the perceived price variable. The purchase decision variable was found not to be significantly influenced by viral marketing, perceived price and product quality.

Keywords: *Viral marketing, perceived price, product quality, purchase intention, and purchase decision.*

LEMBAR PERSEMBAHAN

MOTTO

You are not too far behind. You are always growing and going to where you are meant to.

(Jacqueline Whitney)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil 'alamin, dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT. Saya persembahkan skripsi ini kepada keluarga saya, yaitu Papa, Ibu, dan adik-adik saya yang menjadi motivasi dan selalu mendoakan saya. Selain itu, saya persembahkan skripsi ini kepada kedua dosen pembimbing yaitu Bapak Usep Suhud dan Ibu Rahmi yang selalu memberikan arahan agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Tidak lupa dengan teman-teman di Program Studi Pendidikan Bisnis terutama Sartika dan Seiva yang selalu memberikan bantuan, dukungan, dan juga semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terakhir saya persembahkan skripsi ini untuk saya sendiri karena telah berusaha hingga saat ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi keputusan Pembelian Pada Produk Dessert di Wilayah Jakarta" dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Pendidikan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Adapun dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Ucapan terima kasih banyak Peneliti sampaikan kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan Dosen Pembimbing I skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, saran, dan perbaikan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Rahmi, S.E., M.S.M Selaku Dosen Pembimbing II skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, saran, dan perbaikan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Nadya Fadillah Fidhyallah, M.Pd. Selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Papa, Ibuy, Uni, Rakya, Fathiya, Izzati, dan Azzam yang telah memberikan dukungan selama pengerjaan skripsi ini.

6. Teman-teman saya, khususnya Sartika, Seyva, Madani, Ka Ay, Ka Li, Kiplinyafiony yang telah menemani dan memberi dukungan serta motivasi selama pengerjaan skripsi ini.
7. Celline Thefani dan seluruh member JKT48 yang telah memberi semangat dan motivasi kepada peneliti.

Peneliti menyadari adanya keterbatasan sehingga masih terdapat kekurangan pada penyusunan skripsi ini. Dengan demikian, peneliti terbuka menerima saran maupun kritikann yang membangun sehingga peneliti dapat memperbaiki skripsi ini. Besar harapan penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada peneliti sendiri maupun pembaca sekalian.

Jakarta, 31 Januari 2024



Jannati Adeni Yuha

NIM. 1707619029

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | iv |
| SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | v |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| LEMBAR PERSEMBAHAN..... | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR TABEL | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Pembatasan Masalah..... | 8 |
| 1.3 Perumusan Masalah | 8 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.5 Manfaat penelitian | 10 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1 Latar Belakang Teori..... | 11 |
| 2.1.1 Purchase Decision | 11 |
| 2.1.2 Purchase Intention | 12 |
| 2.1.3 Viral Marketing | 14 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 2.1.4 | Perceived Price..... | 16 |
| 2.1.5 | Product Quality | 18 |
| 2.2 | Kerangka Teori..... | 19 |
| 2.2.1 | Viral marketing dan purchase intention | 19 |
| 2.2.2 | Perceived price dan purchase intention | 20 |
| 2.2.3 | Product quality dan purchase intention | 21 |
| 2.2.4 | Purchase intention dan purchase decision | 21 |
| 2.2.5 | Viral marketing dan purchase decision | 22 |
| 2.2.6 | Perceived Price dan Purchase Decisions | 23 |
| 2.2.7 | Product Quality dan Purchase Decisions..... | 23 |
| 2.3 | Model Penelitian..... | 24 |
| 2.4 | Tabel Penelitian..... | 25 |
| 2.5 | Hipotesis Penelitian | 25 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | | 27 |
| 1.1 | Tempat dan Waktu Penelitian | 27 |
| 1.1.1 | Tempat Penelitian..... | 27 |
| 1.1.2 | Waktu Penelitian | 27 |
| 3.2 | Metode Penelitian | 27 |
| 3.3 | Populasi dan Sampel..... | 28 |
| 3.3.1 | Populasi | 28 |
| 3.3.2 | Sampel | 28 |
| 2.6 | Pengembangan Instrumen | 29 |
| 2.6.1 | Viral Marketing (X1)..... | 30 |

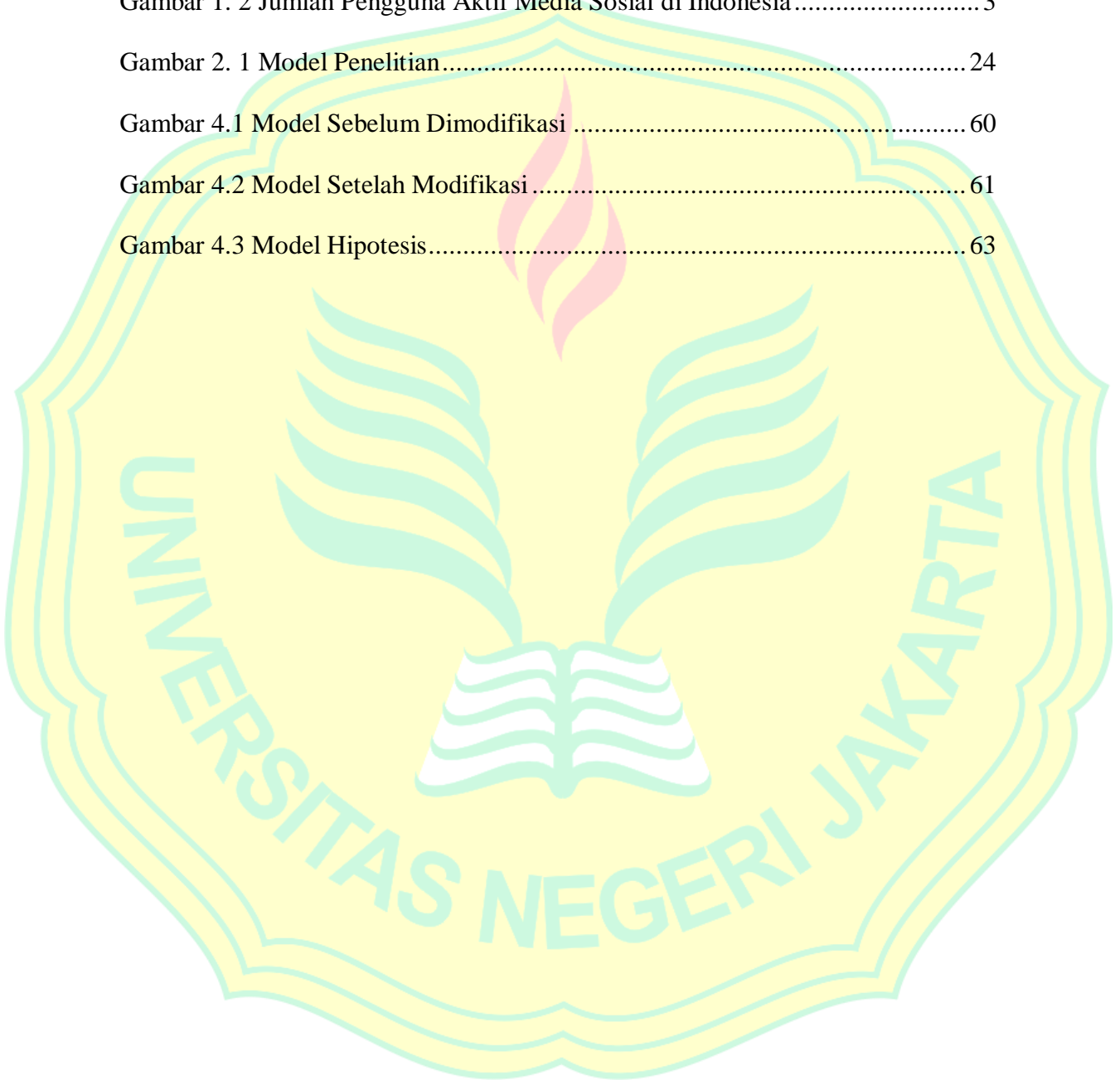
| | | |
|-----------------------------|------------------------------------|-----------|
| 3.3.3 | Perceived Price (X2) | 31 |
| 3.3.4 | Product Quality (X3) | 32 |
| 3.3.5 | Purchase Intention (X4) | 32 |
| 3.3.6 | Purchase Decision (X5) | 33 |
| 3.3.7 | Skala Pengukuran | 34 |
| 2.7 | Teknik Pengumpulan Data | 35 |
| 2.8 | Teknik analisis data | 36 |
| 2.8.1 | Uji Validitas | 36 |
| 2.8.2 | Uji Reliabilitas | 37 |
| 2.8.3 | Uji Hipotesis | 37 |
| BAB IV | | 41 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | | 41 |
| 4.1 | Deskripsi Data | 41 |
| 4.1.1 | Profil Responden | 41 |
| 4.1.2 | Profil Data | 47 |
| 4.2 | Hasil | 56 |
| 4.2.1 | Uji Validitas dan Reliabilitas | 56 |
| 4.2.2 | Confirmatory Factor Analysis (CFA) | 60 |
| 4.2.3 | Uji Hipotesis | 63 |
| 4.3 | Pembahasan | 64 |
| BAB V | | 74 |
| PENUTUP | | 74 |
| 5.1 | Kesimpulan | 74 |

| | | |
|----------------------|---|----|
| 5.2 | Implikasi..... | 75 |
| 5.3 | Keterbatasan Penelitian..... | 78 |
| 5.4 | Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya | 79 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 81 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman | 1 |
| Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia..... | 3 |
| Gambar 2. 1 Model Penelitian..... | 24 |
| Gambar 4.1 Model Sebelum Dimodifikasi | 60 |
| Gambar 4.2 Model Setelah Modifikasi | 61 |
| Gambar 4.3 Model Hipotesis..... | 63 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. 1 Tanggapan atau Komentar dari Konsumen | 5 |
| Tabel 2. 1 Variabel Penelitian | 25 |
| Tabel 3. 1 Indikator Adaptasi <i>Viral Marketing</i> | 31 |
| Tabel 3. 2 Indikator Adaptasi <i>Perceived Price</i> | 31 |
| Tabel 3.3 Indikator Adaptasi <i>Product Quality</i> | 32 |
| Tabel 3.4 Indikator Adaptasi <i>Purchase Intention</i> | 33 |
| Tabel 3.5 Indikator Adaptasi <i>Purchase Decision</i> | 34 |
| Tabel 3.6 Skala Penilaian Instrumen | 34 |
| Tabel 3.7 Goodness of Fit Indices | 40 |
| Tabel 4. 1 Data Responden yang Berdomisili di Jakarta | 41 |
| Tabel 4. 2 Data Responden yang Mengetahui Produk Mixue..... | 42 |
| Tabel 4. 3 Data Responden yang Pernah Membeli Produk Es Krim dan Boba Sebelumnya | 42 |
| Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Usia..... | 44 |
| Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 44 |
| Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan | 44 |
| Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan | 45 |
| Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 45 |
| Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan | 47 |
| Tabel 4.10 Deskripsi Data Variabel <i>Viral Marketing</i> | 49 |

| | |
|---|----|
| Tabel 4.11 Deskripsi Data Variabel <i>Perceived Price</i> | 49 |
| Tabel 4.12 Deskripsi Data Variabel <i>Product Quality</i> | 51 |
| Tabel 4.13 Deskripsi Data Variabel <i>Purchase Intention</i> | 53 |
| Tabel 4.14 Deskripsi Data Variabel <i>Purchase Decision</i> | 54 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Viral Marketing | 56 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Perceived Price</i> | 57 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Product Quality</i> | 58 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Product Quality</i> | 58 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Product Quality</i> | 59 |
| Tabel 4. 20 <i>Goodness of Fit Indices</i> Sebelum Dimodifikasi..... | 61 |
| Tabel 4.21 <i>Goodness of Fit</i> Setelah Dimodifikasi..... | 62 |
| Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis | 64 |

