

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, EKSISTENSI, DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN
JASA LUBLYU WEDDING ORGANIZER**

TUGAS AKHIR

NADIA MAULIDAH NURUL ROBI ZAIN

193402516114



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

JAKARTA

2023

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, EKSISTENSI, DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA
LUBLYU WEDDING ORGANIZER**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh :

NADIA MAULIDAH NURUL ROBI ZAIN

193402516114



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul:

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, EKSISTENSI DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA
LUBLYU WEDDING ORGANIZER**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Depok, 1 Februari 2023



NADIA MAULIDAH NRZ

NPM : 193402516114


LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PERSEPSI HARGA, EKSISTENSI DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA LUBLYU**

WEDDING ORGANIZER

Nama Mahasiswa : **NADIA MAULIDAH NRZ**
Nomor Pokok : **193402516114**
Program Studi : **MANAJEMEN**

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,


(Dr. Elwisam, S.E., M.M)

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.M)

Jakarta, 01 Februari 2023

LEMBAR PENGESAHAN

**Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI HARGA, EKSISTENSI DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA LUBLYU
WEDDING ORGANIZER**

Nama Mahasiswa : NADIA MAULIDAH NRZ

Nomor Pokok : 193402516114

Program Studi : MANAJEMEN

**Mengesahkan
Pembimbing Skripsi,**

(Dr. Elwisam, S.E., M.M.)

Ketua/ Penguji

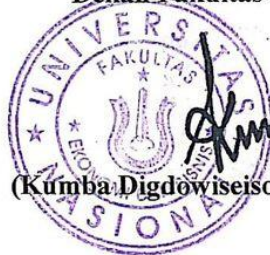
Anggota/Penguji

(Dr. Suryono Efendi, S.E., M.M.)

(Dr. Irma Setyawati S, S.E., M.M)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

Jakarta, 24 Februari 2023

Tanggal Lulus, 24 Februari 2023

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI HARGA, EKSISTENSI DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA LUBLYU WEDDING ORGANIZER

Oleh:

NADIA MAULIDAH NRZ

NPM : 193402516114

Tugas akhir dibawah bimbingan bapak Dr.Elwisam,S.E.,M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Persepsi Harga, Eksistensi dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Lublyu Wedding Organizer. data ini menggunakan data primer dengan bentuk penyebaran koesioner kepada client yang sudah pernah menggunakan jasa dari lublyu wedding organizer terhadap 44 responden, dengan menggunakan metode *perposive sampling* Teknik analisis data menggunakan program SmartPLS 3.3.8. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi harga dan eksistensi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen sedangkan untuk variabel kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,864 hal ini menunjukkan bahwa persepsi harga, eksistensi dan kepercayaan merek memberikan kontribusi sebesar 86,4% terhadap keputusan konsumen sedangkan sisanya 13,6% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Eksistensi, Kepercayaan Merek dan keputusan konsumen

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, EXISTENCE AND TRUST OF A BRAND ON CONSUMERS' DECISIONS TO USE LUBLYU WEDDING ORGANIZER SERVICES

By:

NADIA MAULIDAH NRZ

NPM : 193402516114

The final assignment under the guidance of Dr.Elwisam,S.E.,M.M.

This study aims to determine Price Perception, Existence and Brand Trust on Consumer Decisions to Use Lublyu Wedding Organizer Services. This data uses primary data in the form of distributing questionnaires to clients who have used the services of a lublyu wedding organizer for 44 respondents, using the purposive sampling method. The data analysis technique uses the SmartPLS 3.3.8 program. This shows that perceived price and existence do not have a positive and significant effect on consumer decisions, while the brand trust variable has a positive and significant effect on satisfaction. The coefficient of determination (Adjusted R Square) is 0.864, this indicates that the perception of price, existence and brand trust contributes 86.4% to consumer decisions while the remaining 13.6% is influenced by variables not examined.

Keywords: Perceived Price, Existence, Brand Trust and consumer decisions

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama : Nadia Maulidah Nurul Robi Zain
Tempat, Tanggal Lahir : Tasikmalaya, 15 Juni 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Jalan Mesjid Attawwabiin Gang Haji Entong
No.1ART.006/002 Cilangkap Tapos Depok.
Telepon/HP : 081319216490
Email : nadiamaulidahnrz@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2007-2013 : SDN 3 Sodonghilir
2013-2016 : SMP Islam Attawwabiin
2016-2019 : SMA PLUS PGRI Cibinong
2019-2023 : Universitas Nasional

Jakarta, 1 Februari 2023



Nadia Maulidah NRZ

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI HARGA, EKSISTENSI DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA LUBLYU WEDDING ORGANIZER”. Tujuan penyusunan skripsi ini guna memenuhi salah satu kewajiban untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Dalam pembuatan skripsi ini penulis tentunya banyak mengalami kejadian baik yang bersifat teknis maupun yang lainnya. Namun berkat dukungan, kerjasama, motivasi dan bantuan dari berbagai pihak maka kejadian tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu pada kali ini dengan kerendahan, rasa kasih sayang penulis, dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resty Hardini SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr.Elwisam,S.E.,M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, motivasi dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Kepada Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengabdikan dan memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.

7. Diri saya sendiri yang mampu kuat sampai titik ini, mampu berjuang di setiap keadaan, mau bangkit di setiap kegagalan, mampu bertahan menjalankan suka dan dukanya kehidupan ini.
8. Kepada Papah (Zainal Arifin) dan Mamah (Nia Kurniasih) selaku orang tua tercinta yang selalu memberikan motivasi terbesar dalam hidup, semangat, kasih sayang, perhatian, sabar, pengertian dan memberikan dukungan baik moral maupun materi, serta doa yang tiada henti hentinya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Kepada Adik (Muhammad Rafa Rizki Zain) yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Kepada Leader Lublyu Wedding Organizer (Mufti Erison S.T) dan seluruh crew yang telah berkontribusi atas berjalannya proses skripsi ini.
11. Kepada orang terkasih dan tersayang (Muhammad Gamal Arifin S.M.) yang telah memberikan dukungan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada ciwi-ciwi sukses (Novaniya Eli Syafa dan Resty Nurrizky Oktiawati) yang telah bersama penulis sejak semester satu yang dalam masa kuliah ini telah memberikan dukungan dan motivasi satu sama lain sampai terselesaikannya skripsi ini.
13. Kepada sahabat SMA saya (Melisa Rahmawati, Ria Angraini Lubis, Agita Ilma Pawestri, Anindya Dhea fani, Nasya Claudia Sari dan Tiara Putri Salsabila) yang selalu memberikan dukungan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Kepada teman-teman Manajemen angkatan 2019 yang telah berbagi ilmu pengetahuan, pengalaman, serta cerita selama masa perkuliahan yang memiliki kesan untuk penulis.
15. Serta kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu Penulis meminta maaf atas segala kekurangan tersebut. Semoga kebaikan serta dukungan mereka kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini dapat dibalas oleh Allah SWT. Mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua kalangan yang membacanya.

Terimakasih

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.



Jakarta, 1 Februari 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nadia Maulidah NRZ'.

Nadia Maulidah NRZ

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)	
HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN PERSETUJUAN TA OLEH PEMBIMBIG	
HALAMAN PERSETUJUAN TA OLEH PENGUJI	
HALAMAN ABSTRAK	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
1. Tujuan Penelitian	5
2. Manfaat Penelitian	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Landasan Teori	6
1) Manajemen Pemasaran	6
2. Keputusan Konsumen	8
3. Persepsi Harga	10
4. Eksistensi.....	13
5. Kepercayaan Merek	15
B. Keterkaitan Antar Variabel.....	19
1. Pengaruh Persepsi Harga (X1) Terhadap Keputusan Konsumen (Y)	19
2. Pengaruh Eksistensi (X2) Terhadap Keputusan Konsumen (Y).....	19
3. Pengaruh Kepercayaan Merek (X3) Terhadap Keputusan Konsumen (Y)	20
C . Hasil Penelitian Terdahulu	20
D. Kerangka Analisis	25
E. Hipotesis.....	27
BAB III	28
METODE PENELITIAN	28
A. Objek Penelitian.....	28
B. Definisi Operasional Variabel	28

C.	Populasi dan Sampel	29
D.	Jenis dan Sumber Data	30
E.	Teknik Pengumpulan Data	30
F.	Teknik Analisis Data.....	31
1.	Partial Least Square (PLS)	31
2.	Analisis Deskriptif	33
3.	Pengukuran Model (Outer Model).....	33
4.	Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	35
5.	Pengujian Hipotesis	36
BAB IV	37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A.	Hasil Penelitian.....	37
1.	Deskripsi Data Penelitian	37
2.	Sejarah Objek Penelitian	37
3.	Karakteristik Responden	38
4.	Hasil Analisis Deskriptif	41
5.	Evaluasi Model	46
6.	Hasil Analisis Penelitian	47
G.	Pembahasan.....	57
1.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Konsumen	57
2.	Pengaruh Eksistensi Terhadap Keputusan Konsumen	58
3.	Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Konsumen.....	59
BAB V	61
KESIMPULAN DAN SARAN	61
A.	KESIMPULAN	61
B.	SARAN	61
DAFTAR PUSTAKA	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Konsumen Lublyu Wedding Organizer 2019-2022	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Rujukan	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional	28
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert	31
Tabel 3.2 Kriteria Analisis Deskriptif	33
Tabel 3.3 Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi model structural.....	36
Tabel 4.10 Deskripsi Hasil Pertanyaan Kuesioner (X1)	42
Tabel 4.11 Deskripsi Hasil Pertanyaan Kuesioner (X2).....	43
Tabel 4.12 Deskripsi Hasil Pertanyaan Kuesioner (X3).....	44
Tabel 4.13 Deskripsi Hasil Pertanyaan Kuesioner (Y).....	45
Tabel 4.5 Nilai Outer Loading dari keseluruhan Variabel	48
Tabel 4.6 Nilai Cross Loading dari Setiap Variabel dan Konstruksi Model Penelitian	49
Tabel 4.7 AVE (Average Variance Extraction) Model Penelitian	51
Tabel 4.8 Fornell-Larcker Criterion Model Penelitian	51
Tabel 4.9 Nilai Composite Reliability dari Model Penelitian	52
Tabel 4.10 Nilai R Square (R^2) dari Model Penelitian	54
Tabel 4.11 Nilai Path Coefficient, t-Statistics, dan P-Values	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 kerangka analisis.....	26
Gambar 4.2 Jenis kelamin.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.3 Usia	39
Gambar 4.4 Pekerjaan.....	40
Gambar 4.5 Domisili.....	40
Gambar 4.1 Model Nilai.....	47
Gambar 4.2 Nilai <i>Outer Loading</i>	48
Gambar 4.3 Model koefisien jalur dan <i>t Statistics</i> Struktural Model Penelitian	55



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner	65
LAMPIRAN 2 TABULASI JAWABAN RESPONDEN	70
LAMPIRAN 3 Gambar Model	71
LAMPIRAN 4 Outer Loading	73
LAMPIRAN 5 Cross Loading	73
LAMPIRAN 6 Fornell-Larcker Criterion	74
LAMPIRAN 7 AVE dan Reliabilitas	74
LAMPIRAN 8 R Square	74
LAMPIRAN 9 Bootstrap Direct	75

