

**PENGARUH PEMASARAN *DIGITAL*, *BRAND IMAGE* DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK PIXY  
PADA *MARKETPLACE SHOPEE* DI WILAYAH  
JAKARTA SELATAN  
TUGAS AKHIR**

**NADHIRA ERLISA PUTRI ARINI  
203402516154**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2024**

**PENGARUH PEMASARAN *DIGITAL*, *BRAND IMAGE* DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK PIXY  
PADA *MARKETPLACE SHOPEE* DI WILAYAH  
JAKARTA SELATAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Nasional

**NADHIRA ERLISA PUTRI ARINI**

**203402516154**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2024**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

**”PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, *BRAND IMAGE* DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK PIXY PADA *MARKETPLACE SHOPEE* DI WILAYAH JAKARTA SELATAN”**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas akhir 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.



**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, *BRAND IMAGE*, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE* DI**

**WILAYAH JAKARTA SELATAN**

**Nama Mahasiswa : NADHIRA ERLISA PUTRI ARINI**

**Nomor Pokok : 203402516154**

**MANAJEMEN**



**Jakarta, Februari 2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Skripsi : PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, *BRAND IMAGE*,  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE* SHOPEE DI  
WILAYAH JAKARTA SELATAN

Nama Mahasiswa : NADHIRA ERLISA PUTRI ARINI

Nomor Pokok : 203402516154

Program Studi : MANAJEMEN

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas  
Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Nasional

Menyetujui, Pembimbing Tugas

Akhir,

( Dr. Rahayu Lestari, S.E.,M.M )

Ketua Penguji,

Anggota/Penguji

( Dr. Herry Krisnandi, S.E.,M.M. )

( Atsari Sujud, S.E.,M.M. )

Mengetahui,

Dekan,

( Prof. Kurniandigdo wiseiso, S.E.,M.App.Ec.,Ph.D. )

Jakarta, Februari 2024

Tanggal Lulus:

## ABSTRAK

### PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, *BRAND IMAGE*, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK PIXY PADA *MARKETPLACE* SHOPEE DI WILAYAH JAKARTA SELATAN

Oleh:

Nadhira Erlisa Putri Arini

203402516154

Skripsi dibawah ini bimbingan Dr. Rahayu Lestari, S.E.,M.M

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis variabel bebas pengaruh pemasaran digital, *brand image*, dan persepsi harga terhadap variabel terikat keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuisioner kepada 100 responden pengguna produk Pixy di wilayah Jakarta Selatan, data ini diolah menggunakan aplikasi *Product and Service Solution* (SPSS) versi 25. Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial. Data dianalisis menggunakan uji instrumental, korelasi linier berganda, uji kelayakan model, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa variabel independent pemasaran digital positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel independent *brand image* positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan variabel independent persepsi harga positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebelumnya telah diuji dengan item-item pernyataan yang dinyatakan valid dan realibel. Hal ini mengartikan bahwa apabila variabel pemasaran digital, *brand image*, dan persepsi harga mengalami kenaikan maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

**Kata kunci:** Pemasaran Digital, *Brand Image*, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian

**ABSTRACT**  
**THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING, BRAND IMAGE, AND  
PRICE PERCEPTION ON PURCHASE DECISIONS FOR PIXY  
COSMETICS IN THE SHOPEE MARKETPLACE IN THE SOUTH  
JAKARTA REGION**

**By:**

**Nadhira Erlisa Putri Arini**

**203402516154**

*The thesis below was supervised by Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M*

*The purpose of this research is to analyze the independent variables of the influence of digital marketing, brand image, and price perception on the dependent variable on purchasing decisions. This research uses primary data obtained by distributing questionnaires to 100 respondents who use Pixy products in the South Jakarta area. This data is processed using the Product and Service Solution (SPSS) application version 25. The method in this research uses descriptive analysis and inferential analysis. Data were analyzed using instrumental tests, multiple linear correlations, model feasibility tests, and hypothesis tests.*

*The results of this research show that the independent variable digital marketing is positive and has no significant on purchasing decisions, the independent variable brand image is positive and has a significant influence on purchasing decisions, and the independent variable price perception is positive and has a significant influence on purchasing decisions. Previously it had been tested with item statements which were declared valid and reliable. This means that if the digitalmarketing variables, brand image and price perception increase, it will increase consumer purchasing decisions.*

**Keywords:** *Digital Marketing, Brand Image, Price Perception, Purchase Decision*

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Nadhira Erlisa Putri Arini  
Nomor Pokok Mahasiswa : 203402516154  
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 04 Juli 2002  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Durian Barat II Dalam No. 57 RT.008 RW. 004  
Jagakarsa, Jagakarsa, Jakarta Selatan 12620  
No. Hp : 085883250072  
Email : [Nadhiraerlisa04@gmail.com](mailto:Nadhiraerlisa04@gmail.com)

### RIWAYAT PENDIDIKAN

2007 – 2008 TK AR-RAHMAN  
2008 – 2014 SDN 09 JAGAKARSA  
2014 – 2017 SMP NEGERI 254 JAKARTA  
2017 – 2020 SMKS BAKTI 17 JAKARTA

Jakarta, 24 Februari 2024

Nadhira Erlisa Putri Arini



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan karuna-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul **“Pengaruh Pemasaran Digital, *Brand Image* dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pixy di Wilayah Jakarta Selatan”**. Adapun tujuan dari penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional Jakarta.

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis banyak menerima bantuan, bimbingan serta dukungan dari tugas akhir ini dengan baik. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini, terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M. A selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. 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, dan selaku pembimbing tugas akhir yang telah mengorbankan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan arahan dan membimbing dalam penulisa tugas akhir serta motivasi penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Para Dosen dan Staff akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.
7. Bapak Muhayar dan Ibu Heni Suhaeni, terima kasih telah mendidik, merawat dan menyayangi penulis hingga saat ini. Sehat selalu dan hidup lebih lama lagi ya Ayah & Mama, karena kalian harus selalu ada di setiap perjalanan dan pencapaian penulis.
8. Untuk adik ku tersayang Muhammad Faqih Agustian yang telah hadir hingga tumbuh sehat dan dewasa hingga sampai saat ini.

9. Untuk diri sendiri yang telah mampu bertahan sampai saat ini dan mampu menyelesaikan tugas akhir ini sesuai kemampuan sampai tamat.
10. Untuk Jeon Wonwoo dari grup Seventeen yang telah memberi kekuatan penulis agar bisa selalu tersenyum dan terdorong untuk menyelesaikan tugas akhir, tidak lupa Choi Seungcheol, Yoon Jeonghan, Moon Junhui, Kwon Soonyoung, Lee Jihoon, Xu Minghao, Kim Mingyu, Lee Seokmin, Boo Seungkwan, Chwe Hansol dan Lee Chan yang telah hadir di hidup penulis sehingga penulis bisa bertahan sampai saat ini.
11. Untuk sahabat saya, Lutfiana Anggraeni, Ida Anjani, Aini Oktaruwina, Syifa Adwza, Raina Maghpiroh, Yulianisa Zahra, Evasetya Ningsih, Nayla Fatimatu, Mai, Zahrannisa Saraswati, Deva Nurlita, Agnes Novianti, Asya Syahwa, Lia Fitriani, Rizka Amalia dan Riska Amelia yang sudah menemani dan menyemangati saya dalam proses mengerjakan tugas akhir.
12. Untuk Hani Hartati, Nazella Aulia Rosa, dan Indra Cahyono yang sudah membantu memberi dukungan dan juga perhatian serta menemani setiap hari dalam mengerjakan tugas akhir.
13. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis memahami bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, baik dari segi isi maupun komposisi. Sebaiknya, saran dan kritik sangat diperlukan bagi penulis. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis tetapi juga bagi pembaca.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Jakarta, Februari 2024

Penulis

Nadhira Erlisa Putri Arini

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABLE</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>a. Rumusan Masalah</b> .....	<b>6</b>
<b>b. Tujuan dan Kegunaan Penelitian</b> .....	<b>6</b>
1) Tujuan Penelitian.....	6
2) Kegunaan Penelitian.....	6
<b>BAB II</b> .....	<b>6</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
<b>A. Pengertian Manajemen Pemasaran</b> .....	<b>6</b>
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	6
2. Tujuan Manajemen Pemasaran.....	7
3. Fungsi Manajemen Pemasaran .....	8
3. Pengertian Keputusan Pembelian .....	10
4. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	10
5. Indikator Keputusan Pembelian.....	12

<b>B. Pemasaran Digital</b> .....	<b>13</b>
1. Pengaruh Pemasaran Digital.....	13
2. Pengertian Pemasaran Digital.....	13
3. Tujuan Pemasaran Digital .....	14
4. Indikator Pemasaran Digital .....	15
<b>C. Brand Image</b> .....	<b>15</b>
1. Pengertian Brand Image .....	16
2. Manfaat Brand Image.....	16
3. Faktor Pembentuk Brand Image.....	17
4. Indikator Brand Image.....	18
<b>D. Presepsi Harga</b> .....	<b>19</b>
1. Pengertian Presepsi Harga .....	19
2. Aspek-aspek Presepsi Harga .....	20
3. Faktor yang Mempengaruhi Presepsi Harga .....	20
4. Indikator Presepsi Harga .....	21
<b>E. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian</b> .....	<b>22</b>
1. Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian .....	22
2. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian .....	22
3. Pengaruh Presepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
<b>F. Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian</b> .....	<b>23</b>
<b>G. Kerangka Analisis</b> .....	<b>27</b>
<b>H. Hipotesis</b> .....	<b>27</b>
<b>BAB III</b> .....	<b>26</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>26</b>

<b>A. Objek Penelitian .....</b>	<b>26</b>
<b>B. Data Penelitian.....</b>	<b>26</b>
1. Sumber Data .....	26
2. Jenis Data.....	26
3. Populasi dan Sampel.....	26
a. Populasi .....	26
b. Sampel .....	27
<b>C. Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....</b>	<b>27</b>
a. Kuesioner.....	27
b. Definisi Operasional .....	29
<b>D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis .....</b>	<b>31</b>
1. Metode Analisis .....	31
a. Metode Analisis Dekskriptif.....	31
b. Metode Analisis Inferensial .....	31
<b>1) Analisis Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>31</b>
2. Uji Instrumen.....	32
a. Uji Validasi.....	32
b. Uji Reliabilitas.....	32
<b>3. Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>33</b>
a. Uji Normalitas .....	33
b. Uji Multikolonieritas .....	33
c. Uji Heteroskedastisitas.....	33
d. Uji Autokorelasi .....	34
<b>4. Uji Kelayakan Model .....</b>	<b>34</b>
a. Uji F.....	34
b. Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	34

5. Pengujian Hipotesis (Uji t) .....	34
<b>BAB IV .....</b>	<b>37</b>
<b>Hasil Penelitian dan Pembahasan.....</b>	<b>37</b>
<b>A. Hasil Penelitian.....</b>	<b>37</b>
1. Deskripsi Objek Penelitian .....	37
2. Deskripsi Responden .....	37
a. Karakteristik responden berdasarkan variasi yang dibeli.....	37
b. Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian.....	39
3. Hasil lengkap Estimasi Penelitian .....	40
a. Deskripsi Persepsi Variabel.....	40
1) Pemasaran Digital (X1) .....	40
2) Brand Image (X2).....	41
3) Persepsi Harga (X3).....	42
4) Keputusan Pembelian (Y).....	43
4. Uji Instrumen.....	44
1. Uji Validitas Instrumen .....	44
2. Uji Reliabilitas.....	45
b. Uji Asumsi Klasik.....	46
1. Uji Normalitas .....	46
2. Uji Multikolinieritas .....	48
3. Uji Hetererokedastisitas .....	49
4. Uji Autokorelasi .....	49
c. Analisis Regresi Linear Berganda .....	50
d. Uji Kelayakan Model .....	52
1. Uji F.....	52
2. Koefisien Determinasi $R^2$ .....	53

3. Pengujian Hipotesis (Uji t).....	53
<b>B. Pembahasan.....</b>	<b>55</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>59</b>
<b>Kesimpulan dan Saran.....</b>	<b>59</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>59</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>60</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>26</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>29</b>



## DAFTAR TABLE

Tabel 1.1 Hasil Survey .....	4
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Rujukan .....	23
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert .....	29
Tabel 3.2 Operasional Variabel .....	30
Tabel 4.1 Variasi Harga Produk yang sering dibeli.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden didasarkan memilih variasi produk .....	38
Tabel 4.3 Karakteristik Didasarkan Frekuensi Pembelian .....	39
Tabel 4.4 Average Total Mean Pemasaran Digital (X1) .....	40
Tabel 4.5 Average Total Mean Brand Image .....	41
Tabel 4.6 Average Total Mean Persepsi Harga (X3) .....	42
Tabel 4.7 Average Total Mean Keputusan Pembelian (Y) .....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas .....	45
Tabel 4.9 Tabel Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.10 Uji Normalitas .....	46
Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas .....	48
Tabel 4.12 Uji Glejser .....	49
Tabel 4.13 Uji AutoKorelasi .....	50
Tabel 4.14 Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 4.15 Output Uji F .....	52
Tabel 4.16 Output Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	53
Tabel 4.17 Uji T .....	54



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 akun Kosmetik pixy pada Marketplace shoope.....	2
Gambar 1.2 Brand Make up Lokal Terlaris .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Analisis .....	27
Gambar 4.1 Karakteristik Responden didasarkan memilih variasi produk.....	38
Gambar 4.5 Karakteristik Didasarkan Frekuensi Pembelian .....	39
Gambar 4.6 Normal P-Plot.....	47

