

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT  
BELI LIPSTIK WARDAH PADA MASYARAKAT RAWALUMBU KOTA  
BEKASI**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

**YUNITA**

NPM : 41183402170185



Program S-1

Jurusan Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM "45"  
FAKULTAS EKONOMI  
BEKASI**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT  
BELI LIPSTIK WARDAH PADA MASYARAKAT RAWALUMBU KOTA  
BEKASI**

Tanggal : 24 Mei 2023

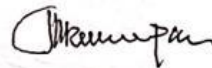
oleh

Yunita

NPM: 41183402170185

Disetujui,

Pembimbing



Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT  
BELI LIPSTIK WARDAH PADA MASYARAKAT RAWALUMBU KOTA  
BEKASI**

Tanggal: 31 Mei 2023

oleh

Yunita

NPM: 41183402170185

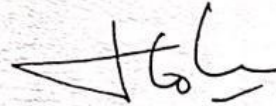
Diuji oleh,

Penguji I



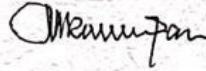
Yunike Berry, S.M.B., M.Sc.

Penguji II



Joko Pranomo, Ir, M.Si.

Mengetahui,  
Pembimbing



Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yunita  
NPM : 41183402170185  
Judul Skripsi Penelitian : Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Lipstik Wardah Pada Masyarakat Rawalumbu Kota Bekasi.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi manapun. Kecuali secara tertulis dalam naskah ini sudah tertera pada daftar pustaka.

Apabila kemudian hari terbukti merupakan duplikat atau plagiarism ataupun terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan/ atau sanksi yang berlaku.

Demikian Lembar Pernyataan ini saya buat dengan pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 31 Mei 2023

Yang Menyatakan,

  
Yunita

## ABSTRAK

Yunita (41183402170185)

Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Lipstik Wardah Pada Masyarakat Rawalumbu Kota Bekasi

xvi + 132 halaman + 59 tabel + 1 grafik + 2 gambar + 13 lampiran

Kata Kunci: Persepsi Harga, Promo dan Minat Beli.

Didalam penelitian ini membahas terkait hubungan Persepsi Harga dan Promosi berpengaruh terhadap Minat Beli. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Lipstik Wardah Pada Masyarakat Rawalumbu Kota Bekasi.

Teknik yang digunakan didalam penelitian ini dalam mengambil sampel pada yaitu menggunakan Teknik *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling* yang berjumlah 100 responden merupakan masyarakat di Rawalumbu Kota Bekasi. Teknik pengumpulan data data menggunakan kuesioner yang disebar melalui *google form*. Alat uji analisis yang digunakan adalah SPSS versi 26.

Hasil penelitian yang menunjukkan secara parsial pengaruh yang positif dan signifikan variabel Persepsi Harga terhadap variabel Minat Beli sebesar 0.232 ( $\beta_1$ ) yang dibuktikan dengan nilai t-hitung 3,395 (sig 0.001) < 0.05 sedangkan pengaruh positif dan signifikan variabel Promosi terhadap variabel Minat Beli sebesar 0.732 ( $\beta_2$ ) yang dibuktikan dengan nilai t-hitung 10,374 (sig 0.000) < 0.05. Secara simultan ada pengaruh positif dan signifikan Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli yang dibuktikan dengan nilai F-hitung 94,498 > (sig 0.000), nilai *Adjust R Square* 0.654 yang artinya 65,4% persepsi harga dan promosi mempengaruhi Minat Beli Lipstik Wardah Pada Masyarakat Rawalumbu Kota Bekasi dan sisanya 34,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang belum dimasukkan didalam penelitian ini.

Daftar Pustaka: 47 (2003 – 2022)

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahiim.*

*Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah rabbil'alaamiin segala puja-puji syukur kehadiran Allah Subhanahuwata'ala yang telah melimpahkan rahmat, kasih sayang-Nya serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Lipstik Wardah Pada Masyarakat Rawalumbu Kota Bekasi”**

Skripsi diajukan untuk melengkapi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, arahan dan saran kepada:

1. Ibu Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang baik dengan sabar, tulus, dan begitu perhatian sehingga mampu membuat penulis bersemangat untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
4. Seluruh Dosen Manajemen yang telah berjasa memberikan ilmunya, serta seluruh Staff dan Karyawan/karyawati Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
5. Orang tua tercinta Bapak Alm. Abdul Rojak, Ibu Sadah dan Kakak-kakakku tercinta Rohmah, Nanang Kosim, Udin Bahrudin, Pipih Awiyah, Engkusnadi, M. Yunus, Murtini, dan Lilis yang telah dengan tulus memberikan kasih sayang, cinta, pengorbanan dan selalu mendukung saya.

6. Khususnya, Irwan Syafe'i, May Munah, dan Fahmi Abdillah Terima kasih sudah menjadi pendengar terbaik dan selalu memberikan dukungan selama proses penulisan skripsi.
7. Para Sahabat kampusku khususnya Nurman, Setiawati, Mega Septiani, Vivi Afriani, Alifah Megasari, Diah Komalasari, Ardi Pambudi, Kris Anggara Prasetya, Topaz Rindiani, Kevin Ibrahim, Umar Iskandar, Mugnia Julhijah Murad, Serta Keluarga besar Kelas Manajemen Reguler C yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas do'a, bantuan, dan motivasinya.
8. Seluruh responden yang mau meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam penelitian skripsi ini.

Semoga Allah Subhanahu Wata'ala memberikan rahmat dan karunia-Nya serta memberi balasan atas semua amal kebaikan dari semua pihak yang telah membantu saya selama proses penulisan skripsi ini. Besar harapan saya semoga isi yang terkandung didalam skripsi ini memberi kebermanfaatan bagi penulis pribadi maupun pembaca pada umumnya. Tidak lupa saran dan kritik kearah kemajuan dan membangun selalu saya harapkan dan sambut dengan senang hati untuk perbaikan dalam penulisan karya ilmiah berikutnya.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Bekasi, 31 Mei 2023

Penulis,

Yunita  
NPM. 41183402170185

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index Kategori Lipstik .....	2
Tabel 1.2	Tanggapan Konsumen Terkait Minat Beli .....	3
Tabel 1.3	Daftar Harga Lipstik .....	3
Tabel 1.4	Tanggapan Konsumen Terkait Harga .....	4
Tabel 1.5	Tanggapan Konsumen Terkait Promosi .....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1	Definisi Operasional.....	29
Tabel 3.2	Skala Likert .....	30
Tabel 4.1	Sampel Penelitian .....	39
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1).....	39
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Harga Setelah Valid (X1) ..	40
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X2) .....	41
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y).....	42
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas .....	43
Tabel 4.7	Data Karakteristik Responden.....	43
Tabel 4.8	Variabel Persepsi Harga (X <sub>1</sub> ) Pernyataan 1.....	45
Tabel 4.9	Variabel Persepsi Harga (X <sub>1</sub> ) Pernyataan 2 .....	46
Tabel 4.10	Variabel Persepsi Harga (X <sub>1</sub> ) Pertanyaan 3 .....	47
Tabel 4.11	Variabel Persepsi Harga (X <sub>1</sub> ) Pertanyaan 4.....	48
Tabel 4.12	Variabel Persepsi Harga (X <sub>1</sub> ) Pertanyaan 5.....	49
Tabel 4.13	Variabel Persepsi Harga (X <sub>1</sub> ) Pertanyaan 6 .....	50
Tabel 4.14	Variabel Persepsi Harga (X <sub>1</sub> ) Pertanyaan 7.....	51
Tabel 4.15	Variabel Persepsi Harga (X <sub>1</sub> ) Pertanyaan 8 .....	52
Tabel 4.16	Variabel Persepsi Harga (X <sub>1</sub> ) Pertanyaan 9.....	53
Tabel 4.17	Variabel Persepsi Harga (X <sub>1</sub> ) Pertanyaan 10.....	54
Tabel 4.18	Variabel Persepsi Harga (X <sub>1</sub> ) Pertanyaan 11.....	55
Tabel 4.19	Rangkuman Hasil Kuesioner Variabel Persepsi Harga ...	56
Tabel 4.20	Variabel Promosi (X <sub>2</sub> ) Pertanyaan 1 .....	57



Tabel 4.21	Variabel Promosi (X <sub>2</sub> ) Pertanyaan 2 .....	58
Tabel 4.22	Variabel Promosi (X <sub>2</sub> ) Pertanyaan 3 .....	59
Tabel 4.23	Variabel Promosi (X <sub>2</sub> ) Pertanyaan 4 .....	60
Tabel 4.24	Variabel Promosi (X <sub>2</sub> ) Pertanyaan 5 .....	61
Tabel 4.25	Variabel Promosi (X <sub>2</sub> ) Pertanyaan 6 .....	62
Tabel 4.26	Variabel Promosi (X <sub>2</sub> ) Pertanyaan 7 .....	63
Tabel 4.27	Variabel Promosi (X <sub>2</sub> ) Pertanyaan 8 .....	64
Tabel 4.28	Variabel Promosi (X <sub>2</sub> ) Pertanyaan 9 .....	65
Tabel 4.29	Variabel Promosi (X <sub>2</sub> ) Pertanyaan 10 .....	66
Tabel 4.30	Variabel Promosi (X <sub>2</sub> ) Pertanyaan 11 .....	67
Tabel 4.31	Variabel Promosi (X <sub>2</sub> ) Pertanyaan 12 .....	68
Tabel 4.32	Rangkuman Hasil Kuesioner Variabel Promosi.....	69
Tabel 4.33	Variabel Minat Beli (Y) Pertanyaan 1 .....	70
Tabel 4.34	Variabel Minat Beli (Y) Pertanyaan 2.....	71
Tabel 4.35	Variabel Minat Beli (Y) Pertanyaan 3.....	72
Tabel 4.36	Variabel Minat Beli (Y) Pertanyaan 4.....	73
Tabel 4.37	Variabel Minat Beli (Y) Pertanyaan 5.....	74
Tabel 4.38	Variabel Minat Beli (Y) Pertanyaan 6.....	75
Tabel 4.39	Variabel Minat Beli (Y) Pertanyaan 7.....	76
Tabel 4.40	Variabel Minat Beli (Y) Pertanyaan 8.....	77
Tabel 4.41	Variabel Minat Beli (Y) Pertanyaan 9.....	78
Tabel 4.42	Variabel Minat Beli (Y) Pertanyaan 10.....	79
Tabel 4.43	Variabel Minat Beli (Y) Pertanyaan 11 .....	80
Tabel 4.44	Variabel Minat Beli (Y) Pertanyaan 12.....	81
Tabel 4.45	Rangkuman Hasil Kuesioner Variabel Minat Beli .....	82
Tabel 4.46	Hasil Uji Normalitas Metode Kolmogorov-Smirnov .....	83
Tabel 4.47	Hasil Uji Multikolinearitas .....	84
Tabel 4.48	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	86
Tabel 4.49	Hasil Uji Parsial (Uji T) .....	87
Tabel 4.50	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	89

Tabel 4.51 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis ..... 90

## DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1	Daftar Brand PT Paragon Technology and Innovation.....	38
Grafik 4.1	Scatter Plot.....	85

## Skripsi Yunita After Sidang sudah Oke

### ORIGINALITY REPORT

<b>29%</b> SIMILARITY INDEX	<b>26%</b> INTERNET SOURCES	<b>14%</b> PUBLICATIONS	<b>16%</b> STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>Submitted to Universitas Nasional</b> Student Paper	<b>4%</b>
<b>2</b>	<b>repository.ub.ac.id</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>3</b>	<b>journal.formosapublisher.org</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to Universitas Putera Batam</b> Student Paper	<b>2%</b>
<b>5</b>	<b>ecampus.pelitabangsa.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>6</b>	<b>library.polmed.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>www.slideshare.net</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>repository.radenintan.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>9</b>	<b>eprints.walisongo.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>