

**PENGARUH BRAND AWARENESS, PROMOSI ONLINE DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE SHOPEE
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS LABUHANBATU**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



OLEH:
JUNITA SARI RIZKY
2101200276

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT
2025**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : JUNITA SARI RIZKY
NPM : 2101200276
PRODI : SI MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *BRAND AWARENESS*, PROMOSI ONLINE
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI MARKETPLACE SHOPEE PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS LABUHANBATU.

RANTAUPRAPAT, FEBRUARI 2025
DISETUJUI:

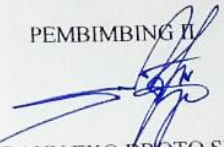
PEMBIMBING I


PRISTIYONO, SE., M.Si
NIDN. 0116118301

DEKAN

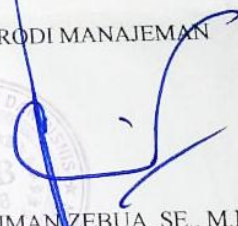

PRISTIYONO, SE., M.Si
NIDN. 0116118301

PEMBIMBING II


BAYU EKO BROTO, SE., MM
NIDN. 0130096601

MENYETUJUI:

KAPRODI MANAJEMEN


YUNIMAN ZEBUA, SE., M.M
NIDN. 0117067201

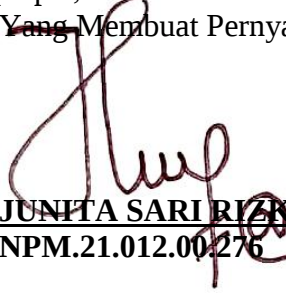
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

NAMA : JUNITA SARI RIZKY
NPM : 21.012.00.276
PRODI : S1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *BRAND AWARENESS*, PROMOSI ONLINE
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI MARKETPLACE SHOPEE PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS LABUHANBATU.

Dengan ini peneliti menyampaikan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis peneliti sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah peneliti cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya peneliti atau plagiat, peneliti bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi – sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Rantauprapat, AGUSTUS 2025
Yang Membuat Pernyataan




JUNITA SARI RIZKY
NPM.21.012.00.276

ABSTRAK

JUNITA SARI RIZKY

NPM: 21.012.00.276

PENGARUH *BRAND AWARENES*, PROMOSI ONLINE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *MARKETPLACE SHOPEE* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS LABUHANBATU

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand awareness*, promosi online, dan harga terhadap keputusan pembelian mahasiswa Universitas Labuhanbatu pada marketplace Shopee. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan software SmartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-statistik 2,354 dan p-value 0,019. Promosi online juga berpengaruh positif dan signifikan dengan t-statistik 3,221 dan p-value 0,001. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan t-statistik 4,112 dan p-value 0,000. Secara simultan, ketiga variabel independen memberikan kontribusi sebesar 91,1% terhadap keputusan pembelian ($R^2 = 0,911$), sedangkan 8,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kesimpulannya, semakin tinggi kesadaran merek, semakin intens promosi online, serta semakin kompetitif harga, maka semakin besar peluang mahasiswa melakukan pembelian di Shopee.

Kata kunci: *Brand Awareness*, Promosi Online, Harga, Keputusan Pembelian, Shopee

KATA PENGANTAR

Dengan rasa penuh syukur, peneliti ingin mengucapkan puji, rasa syukur dan terima kasih kepada Kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan banyak kenikmatan yaitu berupa kesempatan, kesehatan, serta keselamatan sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini merupakan upaya peneliti untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Labuhanbatu, dan menjadi langkah penting dalam perjalanan akademik peneliti. Adapun judul skripsi peneliti adalah “Pengaruh *Brand Awareness*, Promosi Online dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace shopee pada Mahasiswa Universitas Labuhanbatu”.

Peneliti sangat bersyukur dapat menyelesaikan skripsi ini. Meskipun demikian, peneliti merasa penelitian bahwa karya ini belum memenuhi harapan dan memiliki banyak kekurangan dalam beberapa aspek, termasuk penyampaian ide, Bahasa, penataan dan penyusunan. Dalam upaya meningkatkan mutu karya ini, dengan rendah hati peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca yang dapat memberikan motivasi untuk perbaikan dan penyempurnaan yang lebih lanjut pada skripsi ini. Segala masukan baik itu berupa kritik atau saran akan sangat dihargai dan dapat mendorong peneliti untuk meningkatkan lagi kualitas-kualitas tulisan peneliti.

Beberapa pihak telah membantu proses penyusunan skripsi ini, memberikan motivasi, dukungan, dan kontribusi yang signifikan dalam menyampaikan ide dan pengetahuan yang diberikan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua orang yang telah membantu dalam menulis ini, di antaranya :

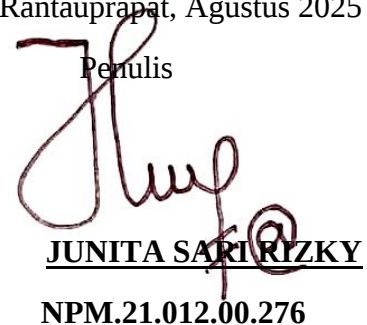
1. Bapak Assoc. Prof Ade Parlaungan Nasution, SE. M.Si., Ph.D selaku Rektor Universitas Labuhanbatu.
2. Bapak Pristiyono, SE, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Yuniman Zebua, SE., M.M., Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Pristiyono, SE, M.Si., selaku pembimbing I yang berkontribusi besar dalam membimbing selama penyusunan penelitian skripsi ini.

5. Bapak Bayu Eko Broto, SE., M.M., selaku pembimbing II yang berkontribusi besar dalam membimbing selama penyusunan penelitian skripsi ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Universitas Labuhanbatu, terutama Bapak/Ibu Dosen Kampus II ULB Damuli yang telah memberikan bantuan baik berupa saran, dukungan dan bantuan selama proses penelitian ini.
7. Kepada Kedua Orang Tua, Ayahanda Ngadiman dan Ibunda Maslihah serta seluruh anggota keluarga yang telah memberikan dukungan yang konsisten dan motivasi yang tidak hanya bersifat moral, tetapi juga material selama proses perjalanan penelitian skripsi ini. Kontribusi serta bantuan dari mereka telah menjadi pendorong penting dalam pencapaian penyelesaian tugas akademik ini.
8. Kepada Sahabat terbaik, Nova Nababan yang telah menjadi teman selama di masa perkuliahan, terimakasih untuk setiap dukungan, motivasi yang telah diberikan, untuk hal-hal yang dijalani bersama selama pengerjaan skripsi ini baik itu suka maupun duka.
9. Kepada teman-teman mahasiswa kampus II Damuli, yang memberikan dukungan serta pengalaman selama masa perkuliahan.
10. Kepada teman-teman Wacana Club, Tika Ayu Kurniawati, Surya Rezeki Ashari, Bagus Kuncoro, Restu, dan M. Finza Al Hakim, terima kasih karena telah memberikan dukungan dan semangat selama proses pengerjaan skripsi ini.
11. Terakhir, kepada diri sendiri, Junita Sari Rizky terima kasih sudah bertahan sampai saat ini walau banyak air mata di setiap perjalanan menyusun skripsi ini, terimakasih karena telah melibatkan Allah SWT di setiap perjalanan pengerjaan skripsi ini.

Untuk penutup, harapan peneliti adalah semoga skripsi ini akan bermanfaat bagi pembaca dan rekan-rekan sejawat, dan semoga dapat menjadi sumber referensi yang berguna dan bermanfaat. Terima kasih atas waktu dan perhatian yang Anda berikan untuk membaca karya akademis dari peneliti ini.

Rantauprapat, Agustus 2025

Penulis



JUNITA SARI RIZKY

NPM.21.012.00.276

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
BAB II LANDASAN TEORI	5
A. Penelitian Terdahulu	5
B. Uraian Teori	7
1. Brand Awareness	7
2. Promosi Online	9
3. Harga.....	12
4. Keputusan Pembelian	15
C. Kerangka Konseptual	18
D. Hipotesis Penelitian.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	20
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	21
C. Definisi Operasional Variabel.....	22

D. Jenis dan Sumber Data	25
E. Teknik Pengumpulan Data	26
F. Uji Instrumen Penelitian	27
G. Metode Analisis Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Hasil Penelitian.....	32
1. Gambaran Umum Universitas Labuhanbatu.....	32
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Waktu Penelitian	20
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	22
Tabel 4.1 Struktur Fakultas	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender.....	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	40
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	41
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel <i>Brand Awareness</i>	44
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel <i>Promosi Online</i> (X2)	45
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Harga (X3).....	47
Tabel 4.8 Deskripsi Vriabel Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 4.9 Uji Validitas Konvergen	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Diskriminan (<i>Cross Loading</i>).....	50
Tabel 4.11 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	51
Tabel 4.12 Nilai <i>R-Square</i>	52
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Hipotesis.....	53
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Moderasi.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 kerangka konseptual	18
Gambar 4.1 struktur kepengurusan Universitas Labuhanbatu	35
Gambar 4.2 Diagram Hasil Pengujian Hipotesis	54