

SKRIPSI

**PENGARUH KONTEN PEMASARAN, HARGA DAN
PELAYANAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI BUTIK CLARISSA
GKB GRESIK**



Diajukan oleh:

Fadhilah Dyah Agustine
NIM: 2022020004

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK
GRESIK
2026**

SKRIPSI
PENGARUH KONTEN PEMASARAN, HARGA DAN
PELAYANAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI BUTIK CLARISSA
GKB GRESIK

Disusun guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Gresik



Diajukan oleh:

Fadhilah Dyah Agustine
NIM: 2022020004

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK
GRESIK
2026

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH KONTEN PEMASARAN, HARGA DAN PELAYANAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI BUTIK CLARISSA GKB GRESIK

SKRIPSI

Diajukan oleh:

Fadhilah Dyah Agustine

NIM: 2022020004

Skripsi telah disetujui untuk diujikan

Pada tanggal: 06 Juli 2026

Oleh:

Pembimbing I



Adiba Fuad Syamlan, S.E., M.M.

NUPTK: 5856765666230242

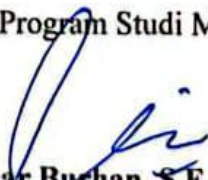
Pembimbing II



Dr. Fransiska Dyah A.P., S.Psi., M.M.

NUPTK: 0639760661230272

Ketua Program Studi Manajemen



Umar Burhan, S.E., M.M.

NUPTK: 6850758659130130

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Konten Pemasaran, Harga Dan Pelayanan
Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen Di Butik Clarissa Gkb Gresik

Nama Mahasiswa : Fadhilah Dyah Agustine

NIM : 2022020004

Telah dipertahankan / diuji dihadapan Tim Penguji
Pada Tanggal : 06 Juli 2026

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GRESIK
TA 2025/2026

TIM PENGUJI:-

1. Rachmad Ilham, S. Ant., M.PSDM., HC.

NUPTK: 2055770671130303

Ketua

1. 

2. Mochammad Syafii, S.E., M.M.

NUPTK: 7461761662130152

Anggota I

2. 

3. Adiba Fuad Syamlan, S.E., M.M.

NUPTK: 5856765666230242

Anggota II

3. 

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi


Rachmad Ilham, S. Ant., M. PSDM., HC.
NUPTK: 2055770671130303

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fadhilah Dyah Agustine
NIM : 2022020004
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Jenjang : Strata 1 (S-1)
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Pemasaran, Harga, Dan Pelayanan
Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di
Butik Clarissa Gkb Gresik

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan unsur-unsur plagiasi saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh **DIBATALKAN**, serta diproses sesuai peraturan perundang - undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Gresik, 06 Juli 2026

Yang Menyatakan



Fadhilah Dyah Agustine

NIM. 2022020004

PENGARUH KONTEN PEMASARAN, HARGA DAN PELAYANAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI BUTIK CLARISSA GKB GRESIK

Fadhilah Dyah Agustine
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten pemasaran, harga, dan pelayanan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen di Butik Clarissa GKB Gresik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS, meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F, serta koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial konten pemasaran, harga, dan pelayanan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ($p < 0,05$), serta secara simultan juga berpengaruh signifikan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,754 menunjukkan bahwa 75,4% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya sebesar 24,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Nilai korelasi (R) sebesar 0,873 menunjukkan hubungan yang sangat kuat, dan nilai Durbin-Watson sebesar 1,887 menunjukkan tidak adanya autokorelasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten pemasaran, harga, dan pelayanan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Butik Clarissa GKB Gresik.

Kata Kunci: Konten Pemasaran, Harga, Pelayanan Konsumen, Keputusan Pembelian, Regresi Linier Berganda

THE INFLUENCE OF MARKETING CONTENT, PRICE, AND CUSTOMER SERVICE ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS AT CLARISSA BOUTIQUE GKB GRESIK

Fadhilah Dyah Agustine
Management Study Program, Faculty of Economics, Gresik University

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of marketing content, price, and customer service on consumer purchasing decisions at Clarissa Boutique GKB Gresik. This research uses a quantitative approach with a survey method involving 100 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed using multiple linear regression with SPSS, including validity tests, reliability tests, classical assumption tests, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results show that partially, marketing content, price, and customer service have a positive and significant effect on purchasing decisions ($p < 0.05$), and simultaneously also have a significant effect. The coefficient of determination (R Square) value of 0.754 indicates that 75.4% of the variation in purchasing decisions can be explained by these variables, while the remaining 24,6% is influenced by other variables outside this study. The correlation coefficient (R) of 0.873 indicates a very strong relationship, and the Durbin-Watson value of 1.887 indicates no autocorrelation. Therefore, it can be concluded that marketing content, price, and customer service significantly influence consumer purchasing decisions at Clarissa Boutique GKB Gresik.

Keywords: *Marketing Content, Price, Customer Service, Purchasing Decision, Multiple Linear Regression*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan bimbingannya-Nya kami dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"PENGARUH KONTEN PEMASARAN, HARGA DAN PELAYANAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI BUTIK CLARISSA GKB GRESIK"** dapat terselesaikan. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.

Bersamaan dengan ini, perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan hati yang tulus kepada :

1. Bapak Dr. Rian Pramana Suwanda, S.STP., M.HP., CHRMP., selaku Rektor Universitas Gresik yang telah menyediakan fasilitas kepada kami untuk mengikuti pendidikan di Program Studi S1 Manajemen.
2. Bapak Rachmad Ilham, S.Ant., M.PSDM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Gresik yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada kami untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
3. Bapak Umar Burhan, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Gresik yang telah memberikan kesempatan, bimbingan dan motivasi kepada kami untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
4. Ibu Adiba Fuad Syamlan, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu berharga untuk memberikan bimbingan, arahan,

serta saran-saran konstruktif yang sangat membantu dalam penyusunan Skripsi ini dari awal hingga akhir.

5. Ibu Dr. Fransiska Dyah Ayu Puspitasari, SPsi., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan, arahan, dan bimbingan yang sangat berharga dalam menyempurnakan Skripsi penelitian ini.
6. Seluruh dosen penguji yang telah memberikan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan Skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan staf Universitas Gresik yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan, serta dukungan penuh selama masa studi penulis.
8. Kedua orang tua tercinta, yang senantiasa memberikan doa, dukungan moril, materi, dan motivasi yang tiada henti sehingga penulis dapat menjalani proses perkuliahan dengan baik dan menyelesaikan Skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Manajemen, khususnya angkatan 2022, yang telah memberikan semangat, motivasi, dan dukungan dalam setiap langkah perjalanan akademik penulis.
10. Semua pihak yang telah terlibat dalam membantu pengumpulan data, pengolahan data, dan kelancaran penelitian ini, baik secara langsung maupun tidak langsung..

Semoga Allah SWT membalas budi baik semua pihak yang telah memberi kesempatan, dukungan, dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Semoga

skripsi ini dapat memberikan pengetahuan yang bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak.

Gresik, 30 Juni 2026

Fadhilah Dyah Aggustine
NIM. 2022020004

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1. Manfaat Teoretis.....	9
1.5.2. Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Manajemen Pemasaran	11
2.1.2. Pengertian Konten Pemasaran	11
2.1.3. Indikator Konten Pemasaran	12
2.1.4. Pengertian Harga	13
2.1.5. Teori Nilai Harga.....	14
2.1.6. Indikator Harga.....	15
2.1.7. Pengertian Pelayanan Konsumen	15
2.1.8. Indikator Pelayanan Konsumen	16
2.1.9. Keputusan Pembelian.....	17

2.1.10. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	18
2.1.11. Indikator Keputusan Pembelian.....	18
2.2. Penelitian Terdahulu.....	19
2.3. Kerangka Konseptual	24
2.4. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	27
3.2. Definisi Operasional Variabel	27
3.3. Indikator Variabel Penelitian.....	30
3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	32
3.4.1. Populasi Penelitian	32
3.4.2. Sampel Penelitian.....	33
3.4.3. Teknik pengambilan sampel.....	35
3.5. Metode Pengumpulan Data	35
3.5.1. Jenis Data	35
3.5.2. Tingkat Data.....	36
3.5.3. Sumber Data.....	37
3.6. Metode Analisis Data	39
3.6.1. Uji Validitas	40
3.6.2. Uji Reliabilitas	41
3.6.3. Analisis Korelasi	41
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	42
3.6.5. Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.6.6. Uji Hipotesis	46
3.6.7. Koefisien Determinasi (R^2)	49
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	51
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	51
4.2. Waktu Penelitian	51
4.3. Hasil Penelitian.....	52
4.3.1. Statistik Deskriptif.....	52

4.3.2.	Uji Validitas	55
4.3.3.	Uji Reliabilitas	57
4.3.4.	Uji Asumsi Klasik	58
4.3.5.	Analisis Regresi Linier Berganda	65
4.3.6.	Uji Hipotesis	67
4.3.7.	Koefisien Determinasi (R^2)	72
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
4.4.1.	Pengaruh Konten Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian...	73
4.4.2.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.4.3.	Pengaruh Pelayanan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.	76
4.4.4.	Pengaruh Konten Pemasaran, Harga, dan Pelayanan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	77
BAB V	PENUTUP	78
5.1.	Kesimpulan.....	78
5.2.	Implikasi Penelitian	79
5.2.1.	Teoretis	79
5.2.2.	Praktis	80
5.3.	Keterbatasan Penelitian	80
5.4.	Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....		84
LAMPIRAN.....		88

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Produk Butik Clarissa GKB Gresik dan Toko Sejenis di Gresik	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Indikator Variabel Penelitian	31
Tabel 3. 2 Data Pelanggan di Butik Clarissa GKB Gresik Periode September – November 2025.....	33
Tabel 3. 3 Instrumen Skala Likert.....	37
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Autokorelasi	62
Tabel 4. 10 Hasil Uji Linieritas Konten Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian	63
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linieritas Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
Tabel 4. 12 Hasil Uji Linieritas Pelayanan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4. 14 Hasil Uji t.....	68
Tabel 4. 15 Hasil Uji F.....	72
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 3. 1 kurva Uji t.....	48
Gambar 3. 2 Kurva Uji F.....	49
Gambar 4. 1 Diagram Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Gambar 4. 2 Diagram Komposisi Responden Berdasarkan Usia	53
Gambar 4. 3 Diagram Komposisi Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Gambar 4. 4 Kurva Uji Autokolerasi	63
Gambar 4. 5 Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan Variabel Konten Pemasaran	69
Gambar 4. 6 Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan Variabel Harga.....	70
Gambar 4. 7 Kurva daerah penerimaan dan penolakan variabel pelayanan konsumen	70
Gambar 4. 8 Kurva daerah penerimaan dan penolakan hipotesis uji F.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Berita Acara Bimbingan	88
Lampiran 2. Kartu Bimbingan Skripsi	89
Lampiran 3. Draft Kuesioner	90
Lampiran 4. Tabulasi Data	94
Lampiran 5. Hasil Olah Data SPSS.....	114
Lampiran 6. Tabel r.....	128
Lampiran 7. Tabel F.....	130
Lampiran 8. Tabel Durbin Waston (DW)	133
Lampiran 9. Dokumentasi Penelitian	135
Lampiran 10. Hasil Cek Plagiasi.....	136