



**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, PROMOSI DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PERTUNJUKAN ACARA  
STAND UP COMEDY DEPOK**

**SKRIPSI**

**HERALDY DWI NUGROHO**

**1610111050**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2020**



**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, PROMOSI DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PERTUNJUKAN ACARA  
STAND UP COMEDY DEPOK**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**HERALDY DWI NUGROHO 1610111050**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2020**

**PERNYATAAN ORISINALITAS**

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Heraldly Dwi Nugroho

NIM : 1610111050

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 29 Juli 2020

Yang menyatakan,



(Heraldly Dwi Nugroho)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Heraldy Dwi Nugroho  
NIM : 1610111050  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikn kepada Univeritas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas skripsi saya yang berjudul:

**Pengaruh Perilaku Konsumen, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan  
Pembelian Tiket Pertunjukan Acara Stand Up Comedy Depok**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Roylalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, emngelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok  
Pada tanggal :29 Juli 2020,

Yang menyatakan,



(Heraldy Dwi Nugroho)

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, PROMOSI DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PERTUNJUKAN ACARA  
STAND UP COMEDY DEPOK**

**Dipersiapkan dan disusun oleh:**

**Heraldly Dwi Nugroho      1610.111.050/FEB/M**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada Tanggal: 2 Juli 2020**

**Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



**Drs. Nobelson, M.M**  
**Ketua Penguji**



**Drs. Pandapotan Simarmata M.M**

**Penguji 1**



**Dr. Desmintari, S.E**  
**Ketua Jurusan Manajemen**

Disahkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 29 Juli 2020



**Drs. Hariyanto Ridwan, M.M**

**Penguji 2(Pembimbing)**



**Wahyudi, S.E.M.M**  
**Ketua Program Studi  
Manajemen Program Sarjana**

***THE INFLUENCE OF CONSUMER BEHAVIOR, PROMOTION AND PRICE  
ON PURCHASE DECISION OF TICKETS STAND UP COMEDY EVENTS***

**By Heraldly Dwi Nugroho**

***Abstract***

*This research is a quantitative study that aims to determine the effect of consumer behavior, promotions and prices on the decision to buy a ticket stand up comedy depok. The population in this study was depok stand up comedy audience. The sample size was taken as many as 75 respondents, with the probability sampling research method that is simple random sampling. Data collection was carried out through questionnaires using Google forms. The analysis technique used is the PLS (Partial Least Square) analysis method. The results showed that (1) consumer behavior had a positive and not significant effect on purchasing decisions with a path coefficient of 0.130. (2) Promotion has a positive and significant influence on purchasing decisions with a path coefficient of 0.350. (3) Price has a positive and significant influence on purchasing decisions with a coefficient of 0.482*

*Keywords: Stand up Comedy, Consumer Behaviour, Promotion, Price and Purchase Decision*

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, PROMOSI DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PERTUNJUKAN ACARA  
STAND UP COMEDY DEPOK**

**Oleh Heraldly Dwi Nugroho**

**Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian tiket pertunjukan acara *stand up comedy depok*. Populasi dalam penelitian ini adalah penonton acara *stand up comedy depok*. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 responden, dengan metode penelitian *probability sampling* yaitu *simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan google form. Teknik analisis yang digunakan ialah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) perilaku konsumen berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,130. (2) Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,350. (3) Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien sebesar 0,482

Kata Kunci: *stand up comedy*, Perilaku Konsumen, Promosi, Harga dan Keputusan Pembelian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971

Laman : [www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id), e-mail : [febupnvj@upnvj.ac.id](mailto:febupnvj@upnvj.ac.id)

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**  
**SEMESTER GENAP TA. 2019/2020**

Hari ini Kamis, tanggal 02 Juli 2020, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Heraldly Dwi Nugroho

NIM : 1610111050

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut : Pengaruh Perilaku Konsumen, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pertunjukan Acara Stand Up Comedy Depok

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* \*)  
**Penguji**

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Nobelson M.M	Ketua	
2	Drs. Pandapotan Simarmata, M,M	Anggota I	
3	Drs. Hariyanto Ridwan M,M	Anggota II **)	

**Keterangan :**

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 15 Juli 2020

Mengesahkan

A.n. Dekan

Kepala Program Studi

Manajemen Program Sarjana



Wahyudi.,S.E.,.M.M.



## **PRAKATA**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat dan karunia-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan dengan judul penelitian “Pengaruh Perilaku Konsumen, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Acara Stand Up Comedy Depok”. Terimakasih penulis ucapkan kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., CA, CSRS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Bapak Wahyudi, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Bapak Drs. Hariyanto Ridwan M,M selaku dosen pembimbing I, dan Bapak Dr. Faisal Marzuki, M,Pd, selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan saran serta turut juga membantu dalam penyelesaian skripsi ini..

Ucapan terimakasih juga saya sampaikan kepada Bapak Lili Wardoyo dan Ibu Elfie Antoenie selaku kedua orang tua yang sangat saya cintai, dimana tidak hentinya selalu mendoakan saya dan mendukung saya agar skripsi ini segera selesai. Terimakasih kepada kakak saya Dimas Fajar Ispratama dan Adik Saya Ananda Naufal yang mendukung juga skripsi ini cepat selesai. Terimakasih juga penulis sampaikan kepada para sahabat dan teman yang telah setia menemani dalam proses penyusunan skripsi ini Grup Whatsapp Seiman, Baik Production, Stand Up Indo Depok dan Skoyers Lets Go, serta pihak lain yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat.

Jakarta, 17 Juni 2020

Heraldy Dwi Nugroho

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	9
I.3 Tujuan Penelitian .....	10
I.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, MODEL PENELITIAN EMPIRIK DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>12</b>
II.1 Pemasaran.....	12
II.1.1 Entertainment dan Stand Up Comedy .....	13
II.1.1.1 Entertainment .....	13
II.1.1.2 Pengertian Stand Up Comedy .....	14
II.1.2 Keputusan Pembelian .....	15
II.1.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
II.1.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	15
II.1.2.3 Proses Pengambilan Keputusan.....	16
II.1.2.4 Indikator Keputusan Pembelian .....	18

II.1.3 Perilaku Konsumen .....	19
II.1.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	19
II.1.3.2 Lingkup Perilaku Konsumen.....	19
II.1.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen .....	20
II.1.3.4 Motivasi pembelian (Buying Motives).....	21
II.1.4 Promosi.....	22
II.1.4.1 Pengertian Promosi .....	22
II.1.4.2 Unsur-unsur dalam proses komunikasi .....	22
II.1.4.3 Indikator Promosi.....	23
II.1.4.4 Promosi Efektif .....	23
II.1.4.5 Promosi Penjualan.....	25
II.1.5 Harga 25	
II.1.5.1 Pengertian Harga .....	25
II.1.5.2 Tujuan Penetapan Harga .....	26
II.1.5.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Harga .....	26
II.1.5.4 Faktor Penentu harga.....	27
II.1.5.5 Indikator Penetapan Harga .....	27
II.2 Model Penelitian Empirik .....	28
II.3 Hipotesis.....	30
II.3.1 Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	30
II.3.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	31
II.3.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
III.1.1 Definisi Operasional .....	33
III.1.2 Pengukuran Variabel.....	34
III.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel .....	35
III.2.1 Populasi.....	35
III.2.2 Sampel .....	35
III.3 Metode Pengumpulan Data.....	36
III.3.1 Jenis Data.....	36
III.3.2 Sumber Data.....	36

III.3.3 Pengumpulan Data .....	37
III.4 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	38
III.4.1 Teknik Analisis Data.....	38
III.4.2 Uji Hipotesis .....	45
III.4.2.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) .....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
IV.1 Deskripsi Data Objek Penelitian.....	47
IV.1.1 Sejarah Stand Up Comedy Depok .....	47
IV.2 Deskripsi Data Responden.....	48
IV.2.1 Karakteristik Data Responden .....	48
IV.2.2 Analisis Data Deskriptif.....	51
IV.3 Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	56
IV.3.1 Uji Validitas dan Realibilitas.....	56
IV.3.2 Uji Hipotesis .....	66
IV.3.2.1 Uji t-Statistik.....	66
IV.4 Pembahasan .....	68
IV.4.1 Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
IV.4.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	69
IV.4.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>72</b>
V.1 Kesimpulan .....	72
V.2 Keterbatasan Penelitian.....	72
V.3 Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Program Komedi TV.....	2
Tabel 2. Perbandingan Harga Acara Serupa .....	6
Tabel 3. Acara Stand Up Comedy Depok.....	7
Tabel 4. Variable Penelitian.....	34
Tabel 5. Skala Likert.....	37
Tabel 6. Kisi-kisi Instrumen.....	37
Tabel 7. Peringkat Jawaban Kuesioner .....	39
Tabel 8. Interpretasi Nilai Presentase Responden.....	40
Tabel 9. Tingkat Realibilitas Berdasarkan Nilai Alpha .....	44
Tabel 10. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	48
Tabel 11. Karakteristik Responden Menurut Usia.....	49
Tabel 12. Karakteristik Responden Menurut Status Pekerjaan.....	50
Tabel 13. Karakteristik Responden Menurut Penghasilan atau Uang Saku.....	50
Tabel 14. Interpretasi Nilai Indeks Responden .....	52
Tabel 15. Hasil Tanggapan Responden Variabel Perilaku Konsumen .....	52
Tabel 16. Hasil Tanggapan Responden Variabel Promosi .....	53
Tabel 17. Hasil Tanggapan Responden Variabel Harga .....	54
Tabel 18. Hasil Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 19. Hasil Outer Model Loading Factor .....	60
Tabel 20. Fornell-Lacker Criterium .....	62
Tabel 21. <i>Average Variance Extracted</i> .....	62
Tabel 22. <i>Composite Reliability</i> .....	63
Tabel 23. Cronbach's Alpha .....	64
Tabel 24. <i>Hasil R-Square</i> .....	65
Tabel 25. <i>Hasil Uji t-Statistik</i> .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Sejarah Stand Up Comedy di Indonesia.....	3
Gambar 2. Tahapan Proses Keputusan Pembelian .....	16
Gambar 3. Proses Komunikasi.....	23
Gambar 4. Kerangka Hipotesis Penelitian .....	30
Gambar 5. Langkah-langkah PLS .....	41
Gambar 6. Kerangka Penelitian .....	42
Gambar 7. Uji Outer Model .....	57
Gambar 8. Uji Re-estimasi Outer Model .....	59
Gambar 9. <i>Inner Model</i> .....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2 Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Data Kuesioner 75 Responden
- Lampiran 5 Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6 Hasil Deskripsi Data Penelitian
- Lampiran 7 Hasil Output Outer Model PLS
- Lampiran 8 Hasil Output Inner Model PLS
- Lampiran 9 Hasil Output Model PLS
- Lampiran 10 R Tabel dan T Tabel