

SKRIPSI

PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN *PRICE* *PERCEPTION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PLATFORM *E-COMMERCE* SHOPEE

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada

Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

ABEL APRILIAN TI

NIM: 2210412320042



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PERCEIVED VALUE DAN PRICE PERCEPTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PLATFORM E-COMMERCE SHOPEE

- A. Nama Mahasiswa : Abel Aprilianti
B. NIM : 2210412320042
- C. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- D. Tim Penguji:
- a. Pembimbing
Dr. Hairudinor, S.Sos, M.M
NIP.197306161999031003
 - b. Penguji I
Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si
NIP.199211262019032026
 - c. Penguji II
Humaidi, S.AB, M.AB
NIP.199304212020121013

Banjarmasin, Mei 2026

KPS Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing

Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB
NIP. 197511052001122001

Dr. Hairudinor, S.Sos, M.M
NIP. 197306161999031003



Mengetahui
FISIP UNLAM

Dr. Hairudinor, S.Sos., M.Si.
NIP. 197306161999031003



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id>

SURAT TUGAS

Nomor 1141/UN8.1.13/KP.10.00/2026

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin menugaskan Saudara/i :

1. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM
2. Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si
3. Humaidi, S.AB, M.AB

Untuk menguji **Skripsi** Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Abel Aprilianti
NIM : 2210412320042
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Value* dan *Price Perception* terhadap Keputusan Pembelian pada Platform *E-Commerce Shopee*

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Jum'at, 8 Mei 2026
J a m : 09.00 Wita – Selesai
T e m p a t : Ruang Lab.Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 6 Mei 2026
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP 197104201999031001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Jum'at tanggal 8 bulan Mei tahun 2026, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 1141/UN8.1.13/KP.10.00/2026 tanggal 6 Mei 2026 untuk menguji skripsi :

Nama : Abel Aprilianti
NIM : 2210412320042
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Value* dan *Price Perception* terhadap Keputusan Pembelian pada Platform E-Commerce Shopee

Tempat Ujian : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 09.00 Wita sd Selesai
Nilai :
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

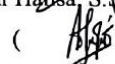
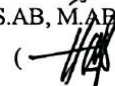
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 8 Mei 2026

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Abel Aprilianti

1. Ketua : Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM
()
2. Sekretaris : Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si
()
3. Anggota : Humaidi, S.AB, M.AB
()

Mengetahui/membenarkan :
an. Dekan
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis,


Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105 200112 2 001

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi ALLAH SWT, atas rahmat dan hidayah serta karunia-Nya yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Perceived Value* dan *Price Perception* terhadap Keputusan Pembelian pada Platform *E-commerce* Shopee” tepat pada waktunya.

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan serta arahan dari berbagai pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan moral maupun material, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos., M.AB selaku Sekretaris Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
5. Ibu Novia Nour Halisa, S.Si., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Penguji 1.
6. Bapak Dr. Hairudinor, S.Sos., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu menyusun dan mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi penulis dalam menyusun skripsi ini sebaik mungkin.
7. Bapak Humaidi, S.AB., M.AB selaku Dosen Penguji II.
8. Seluruh staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Administrasi Bisnis yang telah membantu dalam administrasi.
9. Dan seluruh pihak yang turut membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Banjarmasin, 8 Mei 2026

Penulis

Abel Aprilianti

NIM.2210412320042

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat, karunia, dan izin-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, suri teladan sepanjang masa. Dengan penuh rasa syukur, karya ini saya persembahkan kepada:

1. Ibu dan Bapak tercinta, yang senantiasa menjadi sumber doa, kasih sayang, dan kekuatan terbesar dalam hidup saya.

Terima kasih atas setiap pengorbanan, perhatian, nasihat, serta dukungan yang tidak pernah putus. Kalian adalah alasan saya terus berusaha, tetap kuat, dan tidak menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga hasil ini dapat menjadi kebahagiaan dan kebanggaan kecil untuk kalian.

2. Seluruh keluarga tersayang, yang selalu memberikan semangat, doa, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.

Terima kasih atas kehadiran, perhatian, dan motivasi yang membuat saya mampu melalui setiap tantangan dengan lebih tabah dan yakin.

3. Sahabat dan teman-teman seperjuangan, yang selalu hadir memberikan dukungan, semangat, dan bantuan dalam berbagai situasi.

Terima kasih karena telah menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, dan motivasi, sehingga perjalanan menyelesaikan skripsi ini terasa lebih ringan.

4. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Terima kasih atas doa, bantuan, dan kebaikan yang telah diberikan selama ini.

Semoga segala kebaikan tersebut mendapat balasan terbaik dari Allah SWT.

5. Untuk diri saya sendiri, Abel Aprilianti, terima kasih karena telah mampu bertahan, berjuang, dan terus melangkah hingga sampai pada titik ini. Terima kasih telah melewati rasa lelah, ragu, dan berbagai kesulitan dengan penuh kesabaran. Semoga pencapaian ini menjadi awal dari langkah-langkah baik menuju masa depan yang lebih cerah.

Semoga karya ini menjadi bukti bahwa setiap proses, perjuangan, doa, dan dukungan dari orang-orang terdekat akan selalu membawa kita pada hasil terbaik pada waktunya.

ABSTRAK

Abel Aprilianti, 2210412320042, 2026. Pengaruh *Perceived Value* dan *Price Perception* terhadap Keputusan Pembelian pada Platform *E-commerce* Shopee di Kota Banjarmasin, di bawah bimbingan Hairudinor.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan variabel *Perceived Value* dan *Price Perception* terhadap Keputusan Pembelian pada platform *E-commerce* Shopee di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan lokasi penelitian di Kota Banjarmasin. Sampel penelitian sebanyak 134 responden yang pernah melakukan pembelian melalui platform Shopee di Kota Banjarmasin, dipilih menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan jenis *accidental sampling*. Analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Perceived Value* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada platform *E-commerce* Shopee di Kota Banjarmasin. *Price Perception* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada platform *E-commerce* Shopee di Kota Banjarmasin. Serta *Perceived Value* dan *Price Perception* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada platform *E-commerce* Shopee di Kota Banjarmasin.

Kata kunci: *Perceived Value*, *Price Perception*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Abel Aprilianti, 2210412320042, 2026. The Influence of Perceived Value and Price Perception on Purchase Decisions on the Shopee E-commerce Platform in Banjarmasin City, supervised by Hairudinor.

This study aims to examine the partial and simultaneous effects of Perceived Value and Price Perception on Purchase Decisions on the Shopee e-commerce platform in Banjarmasin City.

This research uses a quantitative approach, with the research location in Banjarmasin City. The sample consists of 134 respondents who have made purchases through the Shopee platform in Banjarmasin City, selected using a non-probability sampling technique with accidental sampling type. Data analysis was conducted using multiple linear regression.

The results of this study indicate that Perceived Value has a significant effect on Purchase Decisions on the Shopee e-commerce platform in Banjarmasin City. Price Perception also has a significant effect on Purchase Decisions. Furthermore, Perceived Value and Price Perception simultaneously have a significant effect on Purchase Decisions on the Shopee e-commerce platform in Banjarmasin City.

Keywords: *Perceived Value, Price Perception, Purchase Decision.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	20
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Manfaat Penelitian	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Landasan Teori.....	22
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	22
2.1.1.1 Tujuan Perilaku Konsumen	26
2.1.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	27
2.1.2 Keputusan Pembelian	28
2.1.2.1 Indikator Keputusan Pembelian	30
2.1.2.2 Tahap-Tahap atau Proses dalam Keputusan Pembelian	31
2.1.2.3 Lima Gambar Tahap Keputusan Pembelian	33
2.1.3 <i>Perceived Value</i>	33
2.1.3.1 Tujuan <i>Perceived Value</i>	35
2.1.3.2 Manfaat <i>Perceived Value</i>	36
2.1.3.3 Indikator <i>Perceived Value</i>	36
2.1.3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Perceived Value</i>	37
2.1.4 <i>Price Perception</i>	39
2.1.4.1 Tujuan <i>Price Perception</i>	40
2.1.4.2 Manfaat <i>Price Perception</i>	41
2.1.4.3 Indikator <i>Price Perception</i>	42
2.1.4.4 Faktor-Faktor yang Memengaruhi <i>Price Perception</i>	43
2.2 Penelitian Terdahulu.....	44
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	50
2.3.1 Hipotesis Penelitian	50
2.3.1.1 Kausalitas <i>Perceived Value</i> dengan Keputusan Pembelian ..	50

2.3.1.2 Kausalitas <i>Price Perception</i> dengan Keputusan Pembelian.....	51
2.3.1.3 Kausalitas <i>Perceived Value</i> dan <i>Price Perception</i> terhadap Keputusan Pembelian	52
2.3.2 Model Penelitian	54
BAB III METODE PENELITIAN	55
3.1 Pendekatan Penelitian	55
3.2 Desain Penelitian	55
3.3 Lokasi Penelitian.....	56
3.4 Populasi, Besar Sampel, dan Teknik Sampling	56
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	59
3.5.1 Variabel Independen	59
3.5.2 Variabel Dependen.....	61
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.7 Teknik Analisis Data	65
3.7.1 Skala Pengukuran	65
3.7.2 Deskripsi Statistik.....	65
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	66
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	67
3.7.5 Analisis Linear Berganda	69
3.7.6 Alat Uji Hipotesis	70
BAB IV HASIL PENELITIAN	73
4.1 Profil Responden.....	73
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	73
4.1.2 Berdasarkan Usia.....	74
4.1.3 Berdasarkan Frekuensi Berbelanja di Shopee	74
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	75
4.2.1 Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i> (X1).....	75
4.2.2 Deskriptif Variabel <i>Price Perception</i> (X2).....	80
4.2.3 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	84
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	89
4.3.1 Uji Validitas.....	89
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	90
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	91
4.4.1 Hasil Uji Normalitas Data.....	91
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	94
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	95
4.5 Uji Regresi Linier Berganda	96
4.6 Hasil Uji Hipotesis	98
4.6.1 Uji F (Simultan).....	98
4.6.2 Uji T (Parsial)	99
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	101

BAB V PEMBAHASAN HASIL	103
5.1 Pembahasan	103
5.1.1 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap Keputusan Pembelian	103
5.1.2 Pengaruh <i>Price Perception</i> terhadap Keputusan Pembelian	104
5.1.3 Pengaruh <i>Perceived Value</i> dan <i>Price Perception</i> secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian	106
5.2 Implikasi Hasil Penelitian	107
5.2.1 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap Keputusan Pembelian	107
5.2.2 Pengaruh <i>Price Perception</i> terhadap Keputusan Pembelian	108
5.2.3 Pengaruh <i>Perceived Value</i> (X1) dan <i>Price Perception</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian	109
5.3 Keterbatasan Penelitian	112
BAB VI PENUTUP	113
6.1 Kesimpulan	113
6.2 Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN	119

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3.1	Definisi Operasional	62
Tabel 3.2	Instrumen Skala Likert.....	65
Tabel 3.3	Rentang Kategori Jawaban Responden.....	66
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja di Shopee.....	74
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i> (X1).....	75
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i> (X2)	80
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	84
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas	89
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	90
Tabel 4.9	Uji Kolmogorov Smirnov.....	93
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas.....	94
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	96
Tabel 4.12	Hasil Statistik Secara Simultan (Uji F)	98
Tabel 4.13	Hasil Statistik Secara Parsial (Uji T).....	100
Tabel 4.14	Hasil Statistik Secara Parsial (Uji T).....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tahap-Tahap dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sumber: Kotler & Keller (2016). Marketing Management. Pearson Education.	33
Gambar 2.2	Model Penelitian	54
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas Histogram	91
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	92
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	95
Gambar 5.1	Model Penelitian	111

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian	119
LAMPIRAN 2 Tabulasi Data	126
LAMPIRAN 3 Hasil Output SPSS Versi 26	137
LAMPIRAN 4 Sertifikat TOEFL	157
LAMPIRAN 5 Sertifikat Plagiasi.....	157
LAMPIRAN 6 Biodata Peneliti.....	161