

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI MELALUI APLIKASI  
INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PRODUK  
SCARLETT WHITENING**

**(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

**NANDA PUTRI UTAMI**

NPM: 18420021

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nanda Putri Utami  
NPM : 18420021  
Alamat : Dsn. Krajan Selatan RT 03 RW 06 Ds. Kampung Baru  
Kec. Tanjunganom Kab. Nganjuk  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga dan Promosi Melalui Aplikasi Instagram Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)”** bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 5 Februari 2022

Yang membuat pernyataan,



Nanda Putri Utami

18420021

**SKRIPSI**  
**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI MELALUI APLIKASI**  
**INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PRODUK**  
**SCARLETT WHITENING**

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

Diajukan oleh:

Nanda Putri Utami

NPM : 18420021

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH  
DOSEN PEMBIMBING



HENDRA PRASETYA, SE,M.Ak.

Tanggal, 10 Januari 2022

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN



Dr. KRISTININGSIH, SE,M.Si.

Tanggal, 14 Januari 2022

**SKRIPSI**  
**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI MELALUI APLIKASI**  
**INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PRODUK**  
**SCARLETT WHITENING**

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**Nanda Putri Utami**

NPM : 18420021

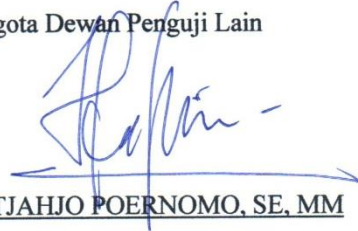
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama




HENDRA PRASETYA, SE, M. Ak.

Anggota Dewan Penguji Lain



TRI TJAHJO POERNOMO, SE, MM

  
MATHEOUS TAMONSANG, SE., M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal

2022



Dr. KRISTININGSIH, SE, M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga saya sebagai peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Promosi Melalui Aplikasi Instagram Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp.THT-KL (K), FICS, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
3. Dr. Kristiningsih, SE,M.Si. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Hendra Prasetya, SE,M.Ak. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama penyusunan skripsi.
5. Renta Yustie, SE.,M.SE selaku Dosen Wali yang telah memberikan dukungan pengarahan selama masa perkuliahan.
6. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

7. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
8. Kedua orang tua yaitu, ayah Sapuan dan ibu Sri Widodo yang telah memberikan doa dan dukungan selama proses pembuatan skripsi.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian - penelitian selanjutnya.

Surabaya, 2 Januari 2022

Nanda Putri Utami

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Skripsi .....	5
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pemasaran.....	7
2.1.2 Promosi.....	7

2.1.2.1 Pengertian Promosi .....	7
2.1.2.2 Jenis Promosi .....	8
2.1.2.3 Periklanan .....	9
2.1.3 Harga .....	10
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	10
2.1.3.2 Faktor-faktor yang memengaruhi Harga .....	11
2.1.3.3 Indikator Harga.....	11
2.1.4 Aplikasi Instagram .....	13
2.1.4.1 Pengertian Aplikasi Instagram.....	13
2.1.4.2 Faktor-faktor yang memengaruhi Aplikasi Instagram	13
2.1.4.3 Indikator Aplikasi Instagram .....	13
2.1.5 Minat Beli.....	15
2.1.5.1 Pengertian Minat Beli.....	15
2.1.5.2 Faktor-Faktor yang memengaruhi Minat Beli .....	15
2.1.5.3 Indikator Minat Beli.....	16
2.1.6 Hubungan Antar Variabel.....	16
2.1.6.1 Hubungan Harga terhadap Minat Beli .....	16
2.1.6.2 Hubungan Aplikasi Instagram terhadap Minat Beli	17
2.2 Penelitian Sebelumnya .....	17
2.3 Hipotesis dan Model Analisis .....	20
2.3.1 Hipotesis Penelitian.....	20



2.3.2 Model Analisis .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	21
3.2 Populasi dan Sampel.....	21
3.2.1 Populasi .....	21
3.2.2 Sampel.....	21
3.3 Identifikasi Variabel .....	22
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	22
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	24
3.5.1 Jenis Data.....	24
3.5.2 Sumber Data .....	25
3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....	26
3.7 Teknik Analisa Data.....	26
3.7.1 Uji Instrumen .....	26
3.7.1.1 Uji Validitas.....	26
3.7.1.2 Uji Reliabilitas .....	27
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	27
3.7.3 Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ).....	28
3.7.4 Uji Hipotesis (Uji t).....	28
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan Scarlet Whitening .....	31

4.2 Hasil Penelitian .....	32
4.2.1 Karakteristik Responden Penelitian .....	32
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
4.2.1.2 Katakarakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	32
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melihat Konten Produk Scarlett Whitening Di Aplikasi Instagram .....	33
4.2.2 Hasil Tanggapan Responden Atas Variabel Penelitian .....	33
4.2.2.1 Variabel Harga (X1).....	34
4.2.2.2 Variabel Promosi Melalui Aplikasi Instagram (X2)	36
4.2.2.3 Variabel Minat Beli (Y) .....	37
4.3 Analisis Model dan Pengujian Hipotesis .....	38
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	38
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	41
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	42
4.3.4 Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ).....	44
4.3.5 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) .....	44
4.4 Pembahasan.....	46
<b>BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN .....</b>	<b>49</b>
5.1 Simpulan .....	49
5.2 Saran .....	49
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	50

DAFTAR PUSTAKA .....	51
----------------------	----

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Instagram Bulan Juli 2021 .....	3
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 2.2 Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Saat Ini ..	18
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	32
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pernah melihat konten produk Scarlett Whitening di Aplikasi Instagram.....	33
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (X1).....	35
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi Melalui Aplikasi Instagram (X2) .....	36
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli (Y) .....	37
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Harga (X1) .....	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Promosi Melalui Aplikasi Instagram (X2).....	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y) .....	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Model Analisis.....	20
Gambar 3.1 Daerah penerimaan dan penolakan Uji Secara Parsial (Uji t).....	30
Gambar 4.1 Kurva Uji t Pengaruh Harga (X1) Terhadap Minat Beli (Y).....	45
Gambar 4.2 Kurva Uji t Pengaruh Promosi Melalui Aplikasi Instagram (X2) Terhadap Minat Beli (Y) .....	46

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**Lampiran 1:** Kuesioner

**Lampiran 2:** Input SPSS

**Lampiran 3:** Output SPSS

**Lampiran 4:** Tabel T

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi melalui aplikasi Instagram terhadap minat beli pada produk Scarlett Whitening (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). Variabel bebas yang diteliti adalah Harga (X1), dan Promosi melalui aplikasi Instagram (X2), sedangkan variabel terikatnya adalah Minat beli (Y). Sampel penelitian sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* menggunakan *purposive sampling* dimana pengambilan sampel berdasarkan karakteristik khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis menggunakan uji t. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Harga (X1), dan Promosi melalui aplikasi Instagram (X2) berpengaruh signifikan terhadap Minat beli (Y) produk Scarlett Whitening. Dari uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh sebesar 0,283 atau 28,3%, menunjukkan bahwa kedua variabel bebas yang terdiri dari harga dan promosi melalui aplikasi Instagram memberikan pengaruh sebesar 28,3% terhadap minat beli. Sedangkan sisanya sebesar 71,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model. Dengan demikian untuk meningkatkan minat beli produk Scarlett Whitening maka perlu meningkatkan kualitas produk agar tidak kalah dengan pesaing, memperhatikan perbandingan harga dengan kompetitor, meningkatkan konten yang menarik agar konsumen lebih tertarik dengan produk Scarlett Whitening dan meningkatkan kolaborasi dengan lebih banyak influencer, karena dengan banyaknya influencer yang diajak maka semakin banyak pengikut mereka terpengaruh dengan produk yang mereka promosikan.

**Kata kunci : Harga, Promosi melalui aplikasi Instagram, Minat beli.**

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of price and promotion through the Instagram application on buying interest in Scarlett Whitening products (Study on students of the Faculty of Economics and Business, Wijaya Kusuma University Surabaya). The independent variables studied were Price (X1), and Promotion through the Instagram application (X2), while the dependent variable was Buying interest (Y). The research sample was 100 respondents. Sampling was carried out using a non-probability sampling method using purposive sampling where the sampling was based on special characteristics that were in accordance with the research objectives. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. Hypothesis testing using t test. The results of hypothesis testing indicate that price (X1), and promotion through the Instagram application (X2) have a significant effect on buying interest (Y) for Scarlett Whitening products. From the coefficient of determination test ( $R^2$ ), it is obtained 0.283 or 28.3%, indicating that the two independent variables consisting of price and promotion through the Instagram application have an effect of 28.3% on buying interest. While the remaining 71.7% is explained by other variables that are not included in the model. Thus, to increase interest in buying Scarlett Whitening products, it is necessary to improve product quality so as not to lose to competitors, pay attention to price comparisons with competitors, increase interesting content so that consumers are more interested in Scarlett Whitening products and increase collaboration with more influencers, because there are so many influencers. invited, the more their followers are influenced by the products they promote.*

**Keywords:** *Price, Promotion through the Instagram application, Buying interest*