

**PENGARUH TESTIMONI PELANGGAN, PACKAGING
PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN CUSHION “SS” PADA APLIKASI TIKTOK**
*(Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti
angkatan 2022 Universitas Tridinanti)*

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Dan Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana
Manajemen



Diajukan Oleh :

POPI LESTARI

NPM : 2101110095

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI**


2025

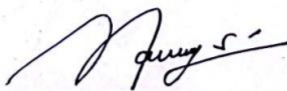
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Popi Lestari
Nomor Pokok : 2101110095
Jurusan / Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Testimoni Pelanggan, Packaging Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Cushion "SS" Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridinanti Angkatan 2022 Universitas Tridinanti)

Pembimbing Skripsi:

Tanggal 25 - 1 - 25 Pembimbing I : 
Noviarni, SE., M.Si
NIDN. 0221116101

Tanggal 30 - 1 - 25 Pembimbing II : 
Alinadia, SE. MM
NIDN. 0207125901

Mengetahui

Dekan,



Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si., Ak.CA, CSRS
NIDN. 0205026401

Ketua Prodi Manajemen


Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN. 0222096301

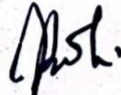
 **PS/DFEB/ 25**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

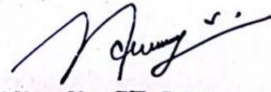
Nama : Popi Lestari
Nomor Pokok : 2101110095
Jurusan / Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Testimoni Pelanggan, Packaging Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Cushion "SS" Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridinanti Angkatan 2022 Universitas Tridinanti)

Penguji Skripsi:

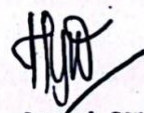
Tanggal.....
30-1-25

Ketua Penguji : 
Noviarni, SE., M.Si
NIDN. 0221116101

Tanggal.....
30-1-25 Penguji I


: Alinadia, SE., MM
NIDN. 0207125901

Tanggal.....
30-1-25 Penguji II


: Syahyuni, SE., MM
NIDN. 0226106101


Mengesahkan,

Dekan



Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si., Ak, CA, CSRS
NIDN. 0205026401

Ketua Prodi Manajemen


Mariyam Zanariah, S.E., M.M
NIDN. 0222096301

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“ Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah : 5)

“Terlambat Bukan Berarti Gagal, Cepat Bukan Berarti Hebat. Terlambat Bukan Berarti Alasan Untuk Menyerah, Setiap Orang Memiliki Proses Yang Berbeda PERCAYA PROSES Itu Yang Paling Penting Karena Allah Telah Mempersiapkan Hal Baik Dibalik Kata Proses Yang Kamu Anggap Rumit”

(Popi Lestari)

Persembahan :

Skripsi Ini Kupersembahkan Untuk :

- Orang Tua Ku Tercinta
- Keluarga dan Saudara-Saudara
Ku Tersayang
- Dosen Pembimbing
- Sahabatku
- Teman-Temanku
- Almamaterku

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Popi Lestari
Npm/Nomor Pokok : 2101110095
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, Desember 2024



(Popi Lestari)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Testimoni Pelanggan, Packaging Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Cushion “SS” Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridianti Angkatan 2022). Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridianti.

Peneliti menyadari bahwa Skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan Skripsi ini. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE, M.S, selaku Rektor Universitas Tridianti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si.Ak.CA.CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridianti.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE., MM selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridianti.
4. Ibu Noviarni, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing saya menyusun skripsi ini dengan baik dan lancar
5. Ibu Alinadia, SE. MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing saya menyusun skripsi ini dengan baik dan lancar
6. Dosen & Staff Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridianti.
7. Diri saya sendiri yang telah kuat dan bertahan serta semangat dalam penyusunan skripsi.
8. Kepada kedua orang tua saya tercinta yang senantiasa selalu mendoakan dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi.
9. Teman-teman angkatan 2021 atas dorongan dan motivasi.

10. Dan semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebut satu persatu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini baik dalam teknik penyajian materi maupun pembahasan. Demi kesempurnaan Skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Palembang, Desember 2024

Peneliti

Popi Lestari

2101110095

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK.....	xiv
RIWAYAT HIDUP	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Teoritis	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.1.2 Fungsi Pemasaran.....	10
2.1.2.1 Tujuan Pemasaran.....	11
2.1.3 Pengertian <i>Testimoni Pelanggan</i>	11
2.1.3.1 Jenis-Jenis Iklan Testimonial.....	12
2.1.3.2 Indikator Testimoni Pelanggan.....	12
2.1.4 Packaging Produk.....	14
2.1.4.1 Fungsi Packaaging Produk	15
2.1.5 Dimensi Dan Indikator Packaging Produk.....	17
2.1.5.1 Harga	18
2.1.5.2 Dimensi Harga.....	19
2.1.5.3 Indikator Harga.....	20

2.1.6	Keputusan Pembelian	20
2.1.6.1	Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	23
2.1.6.2	Indikator Keputusan Pembelian.....	25
2.1.6.3	Dimensi keputusan pembelian.....	26
2.2	Penelitian lain yang relevan.....	26
2.3	Kerangka Berfikir	28
2.4	Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN.....		31
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
3.1.1	Tempat Penelitian.....	31
3.1.2	Waktu Penelitian	31
3.2	Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data	32
3.2.1	Sumber Data.....	32
3.2.3	Tehnik Pengumpulan Data.....	33
3.3	Populasi, Sampel dan Sampling	34
3.1.3	Populasi	34
3.1.4	Sampel.....	35
3.4	Tehnik Sampling.....	35
3.5	Rancangan Penelitian.....	36
3.6	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	37
3.6.1.	Variabel Penelitian.....	37
3.7	Instrumen Penelitian	40
3.8	Uji Validitas.....	41
3.9	Uji Reliabilitas	42
3.10	Teknik Analisis Data	42
3.10.1	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.10.2	Uji Normalitas.....	43
3.10.3	Uji Multikolinearitas	43
3.10.4	Uji Heterokedastisitas.....	44
3.11	Analisis Regresi Linear Berganda	44
3.12	Analisis Koefisien Korelasi (r)	45

3.13 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	46
3.14 Uji Hipotesis	47
3.14.1 Uji F (Simultan)	47
3.14.2 Uji t (Secara Parsial)	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Hasil Penelitian	51
4.1.1 Sejarah Cushion “ SS “	51
4.1.2 Sejarah TikTok	52
4.1.3 Sejarah Universitas Tridinanti	54
4.1.4 Logo	55
4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	56
4.2.1 Karakteristik Responden	57
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas	57
4.3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	58
4.3.1 Hasil Uji Validitas	58
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	61
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	65
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	65
4.4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
4.4.3 Hasil Uji Multikolinieritas	67
4.5 Hasil Analisis Data	68
4.5.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	68
4.5.2 Hasil Analisis Koefisien Korelasi	70
4.5.3 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	71
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis	72
4.6.1 Hasil Uji Simultan (Uji F)	72
4.6.2 Hasil Uji Parsial (Uji T)	73
4.7 Pembahasan	74
4.7.1 Hubungan Testimoni Pelanggan, Packaging Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	74

4.7.2	Hubungan antara Testimoni Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.7.3	Hubungan antara Packaging Produk terhadap Keputusan Pembelian	75
4.7.4	Hubungan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		77
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Saran	77
DAFTAR PUSTAKA		79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang terdahulu	27
Tabel 3.1 Kegiatan Penelitian.....	31
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 3.3 Penelitian Skala Likert	41
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas.....	57
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Testimoni Pelanggan (X ₁).....	58
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Packaging Produk (X ₂).....	59
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X ₃).....	60
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Testimoni Pelanggan (X ₁).....	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Packaging Produk (X ₂)	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X ₃).....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (Y).....	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser)	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Koefisien Korelasi	70
Tabel 4.15 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	72
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	72
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (Uji T)	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	2
Gambar 1.2	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	29
Gambar 4.1 Logo Cushion “ SS ”.....	55
Gambar 4.2 Logo TikTok.....	56
Gambar 4.3 Logo Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang.....	56

ABSTRAK

POPI LESTARI, Pengaruh Testimoni Pelanggan, Packaging Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Cushion “SS” Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti angkatan 2022 Universitas Tridinanti). (Dibawah bimbingan Ibu Noviarni,SE.,M.Si Dan Ibu Alinadia,SE.,MM)

Skripsi ini pada dasarnya membahas tentang pengaruh testimoni pelanggan, packaging produk dan harga terhadap keputusan pembelian cushion “SS” pada aplikasi tiktok. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dimana populasi sampel sebanyak seluruh Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Angkatan 2022 yang berjumlah 150 orang dengan menggunakan skala *Likert*.

Dari hasil penelitian ini secara simultan Testimoni Pelanggan, Packaging Produk dan Harga berpengaruh secara signifikan karena f signifikan lebih kecil daripada $< 0,05$. Persamaan regresi linier berganda $Y = 1.119 + 0,392X_1 + 0,410X_2 + 0,380X_3 + e$. Secara parsial Testimoni Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada cushion “SS” karena t sig 0,009 lebih kecil daripada $< 0,05$. Secara parsial Packaging Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada cushion “SS” karena t sig 0,011 lebih kecil daripada $< 0,05$. secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada cushion “SS” karena t sig 0,008 lebih kecil daripada $< 0,05$. Diketahui nilai koefisien determinasi atau *Adjusted R square* (R^2) sebesar 0,830 memberikan keterangan bahwa variabel Keputusan Pembelian (Y) dipengaruhi oleh Testimoni Pelanggan (X1), Packaging Produk (X2) dan Harga (X3) sebesar 83,0% sedangkan sisanya 17,0% dijelaskan faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Testimoni Pelanggan, Packaging Produk, Harga, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

POPI LESTARI, The Influence of Customer Testimonials, Product Packaging and Price on the Purchase Decision of Cushion “SS” on the Tiktok Application (Case Study on Students of the Faculty of Economics and Business, Tridinanti University, Class of 2022, Tridinanti University). (Under the guidance of Mrs. Noviarni, SE., M.Si and Mrs. Alinadia, SE., MM)

This thesis basically discusses the influence of customer testimonials, product packaging and price on the purchase decision of cushion “SS” on the tiktok application. This study uses a quantitative descriptive approach where the sample population is all students of the Faculty of Economics and Business, Department of Management, Class of 2022, totaling 150 people using a Likert scale.

From the results of this study, simultaneously Customer Testimonials, Product Packaging and Price have a significant effect because f is significantly smaller than <0.05 . Multiple linear regression equation $Y = 1.119 + 0.392X_1 + 0.410X_2 + 0.380X_3 + e$. Partially, Customer Testimonials have a significant effect on purchasing decisions on the “SS” cushion because $t_{sig} 0.009$ is smaller than <0.05 . Partially, Product Packaging has a significant effect on purchasing decisions on the “SS” cushion because $t_{sig} 0.011$ is smaller than <0.05 . Partially, Price has a significant effect on purchasing decisions on the “SS” cushion because $t_{sig} 0.008$ is smaller than <0.05 . It is known that the value of the determination coefficient or Adjusted R square (R^2) of 0.830 provides information that the Purchase Decision variable (Y) is influenced by Customer Testimonials (X_1), Product Packaging (X_2) and Price (X_3) by 83.0% while the remaining 17.0% is explained by other factors not studied.

Keywords: Customer Testimonials, Product Packaging, Price, Purchase Decision.

RIWAYAT HIDUP

Popi Lestari, dilahirkan di kota Palembang pada tanggal 05 September 2001 anak ke empat dari Bapak Wilson dan Ibu Anita

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2013 di SDN 71 Palembang, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2016 di SMPN 31 Palembang selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2019 di SMAN 9 Palembang. Pada tahun 2021 melanjutkan pendidikan S1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, Desember 2024

(Popi Lestari)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya era globalisasi pada saat ini, menyebabkan persaingan dalam dunia bisnis pun semakin ketat. Hal ini menyebabkan perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnis harus mampu mempunyai ide-ide kreatif juga dapat menyusun strategi untuk tetap dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Dengan adanya internet, penggunaan untuk memasarkannya dengan menggunakan media sosial. Media sosial berfungsi sebagai media untuk bersosialisasi dan berinteraksi. Di Indonesia, media sosial menjadi konten yang paling sering dikunjungi oleh para pengguna internet. Dan saat ini, periklanan digital atau periklanan yang dilakukan melalui media sosial seperti Tiktok mulai menjadi trend di era globalisasi ini. Peningkatan penggunaan Tiktok sebagai media komunikasi pemasaran dan salah satu lahan potensial untuk berbisnis online. Media sosial ini menjadi ruang/ *platform* yang mudah diakses oleh siapapun. Salah satu aspek yang paling penting dari media sosial berdasarkan perspektif seorang pemasar adalah membangun dan memelihara umpan balik. Melalui umpan balik dan pengukuran, maka pemasar dapat belajar dimana dan bagaimana untuk mempengaruhi percakapan sosial yang penting.



Gambar 1.1

Dalam membeli suatu produk konsumen tidak serta-merta langsung dikonsumsi akan tetapi juga bisa untuk persediaan berikutnya, sehingga konsumen membutuhkan produk yang kemasannya mampu melindungi secara baik isinya. Saat ini kemasan telah menjadi alat pemasaran yang penting, kemasan yang bila dirancang dengan cermat bisa menimbulkan nilai kecocokan bagi konsumen dan nilai promosi bagi produsen, banyak faktor telah meningkatkan penggunaan kemasan sebagai alat pemasaran. Banyak perusahaan yang sangat memperhatikan. Pengemasan suatu barang sebab mereka menganggap bahwa fungsi pengemasan. Pengemas (*packaging*) merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah (*container*) atau pembungkus (*wrapper*) untuk suatu produk (Tjiptono, 2002:151). Jika pihak produsen atau penjual memperhatikan fungsifungsi tersebut maka kelancaran penjualan barang-barang dapat diharapkan. Salah satu aspek yang banyak diabaikan dalam pengemasan adalah keindahan, padahal keindahan kemasan besar pengaruhnya terhadap keberhasilan penjualan, meskipun factor biaya harus di perhatikan. Dengan demikian pembungkus yang menarik akan mempercepat kelancaran penjualan barang. Charles A. Beresrin petugas dari *Modern Packaging Magazine* Amerika pernah

mengatakan bahwa: “Pembungkus tidak hanya merupakan pelayanan tetapi juga sebagai salesman dan pembawa kepercayaan, dimana suatu pembungkus merupakan penglihatan akhir dari konsumen yang dapat dipercaya” (Alma, 2007:159).

Testimoni (*testimonial*) yaitu respon atau catatan konsumen terkait suatu produk atau jasa dan pelayanan yang dijalankan toko online dan tersedia pada halaman web maupun sosial media.¹⁰ *Testimonial* yang diperlihatkan pada media merupakan pernyataan seseorang yang direspon oleh orang terkenal maupun orang biasa, yaitu mengungkapkan tanggapan dari pengalamannya terkait penggunaan suatu produk maupun jasa. Iklan *testimonial* disukai karena menampilkan bukti terpercaya dan menarik perhatian calon konsumen jika menampilkan seseorang yang terkenal. Iklan *testimonial* yang mengandung bukti sepatutnya menampilkan seseorang yang memiliki kepribadian yang dapat dianggap cocok untuk memberikan komentar mengenai produk yang di iklankan.



Gambar 1.2

Packaging adalah seluruh kegiatan merancang dan memproduksi pembungkus suatu produk karena *packaging* atau kemasan memiliki fungsi yang sangat penting. Kemasan secara sederhana dapat diartikan suatu benda yang digunakan untuk membungkus atau untuk melindungi suatu barang agar rapi atau bersih. Setiadi (2005:46) Kemasan memiliki fungsi yang sangat penting untuk suatu benda yang digunakan untuk membungkus atau untuk melindungi suatu barang agar rapi atau bersih. Disimpulkan bahwa *Packaging* adalah suatu kegiatan yang di lakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan kemasan yang baik maupun menarik untuk pelanggan.

Pengertian Harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. Dengan kata lain, harga adalah nilai suatu barang yang ditentukan oleh penjual. Ada juga yang mengatakan definisi harga yaitu nilai uang yang dibebankan kepada pembeli untuk memiliki manfaat dari suatu produk (barang atau jasa) yang dibeli dari penjual atau produsen. Penggunaan istilah “harga” umumnya dipakai dalam kegiatan jual-beli suatu produk, baik itu barang maupun jasa.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001), pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu produk (barang atau jasa), atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut. Artinya, harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul “ *Pengaruh Testimoni Pelanggan, Packaging Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Cushion “SS” Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Pada Mahasiswi Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridinanti Angkatan 2022)* “

1.2 Rumusan Masalah

Mengutip dari buku Geografi SMA Kelas X oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, rumusan masalah merupakan bentuk pertanyaan yang jawaban dan kebenarannya akan dicari melalui pengumpulan data dan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti karya ilmiah tersebut.

Maka disimpulkan rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Testimoni Pelanggan, Packaging Produk Dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Cushion “SS” pada Aplikasi Tiktok pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2022 Universitas Tridinanti?
2. Apakah *Testimoni Pelanggan* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Cushion “SS” pada Aplikasi Tiktok pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2022 Universitas Tridinanti?
3. Apakah *Packaging Produk* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Cushion “SS” pada Aplikasi Tiktok pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2022 Universitas Tridinanti?

4. Apakah *Harga* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Cushion “SS” pada Aplikasi Tiktok pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2022 Universitas Tridinanti?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah ungkapan “mengapa” penelitian itu dilakukan. Maka disimpulkan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui, menganalisa dan membuktikan Testimoni Pelanggan, Packaging Produk Dan Harga berpengaruh dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian Cushion “SS” pada aplikasi Tiktok pada Mahasiswi Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2022 Universitas Tridinanti.
2. Untuk mengetahui, menganalisa dan membuktikan *Testimoni Pelanggan* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian Cushion “SS” pada aplikasi Tiktok pada Mahasiswi Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2022 Universitas Tridinanti.
3. Untuk mengetahui, menganalisa dan membuktikan *Packaging Produk* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian Cushion “SS” pada aplikasi Tiktok pada Mahasiswi Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2022 Universitas Tridinanti.
4. . Untuk mengetahui, menganalisa dan membuktikan Harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian Cushion pada aplikasi

Tiktok pada Mahasiswi Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2022 Universitas Tridinanti.

1.4 Manfaat Penelitian

Pengertian manfaat penelitian secara umum merupakan serangkaian atau kumpulan kegunaan hasil penelitian, baik bagi kepentingan untuk pengembangan program maupun kepentingan ilmu pengetahuan yang dianggap penting untuk dilakukan. Tujuan utama dari dibuatnya manfaat penelitian ini adalah untuk menginformasikan tindakan.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu:

1. Bagi Peneliti

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan yang lebih luas. Penelitian ini juga merupakan syarat peneliti untuk menyelesaikan program S1 Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

2. Bagi Perusahaan

Penulis mengharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan masukan dan gambaran pada perusahaan atas hasil yang diperoleh selama penelitian khususnya dalam bidang kualitas produk, promosi, harga dan keputusan pembelian. Selain itu dapat berguna sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan kebijakan dan acuan dalam menetapkan strategi pemasaran produk.

3. Bagi Civitas Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu kontribusi dalam mengembangkan ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran yang berhubungan dengan kualitas produk, promosi dan harga. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk peneliti selanjutnya dengan menambahkan variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. &. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT.Rajagrafindo Persada.
- Anggrainie, H. R. (2023). *Pengaruh Persepsi Harga, Brand Equity, Viral Marketing, Brand Ambassador, Review Produk, dan Customer Relationship, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific di Tiktok Shop*. JURNAL MUFAKAT , 703–717.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali.
- Buku Pedoman Penulisan Skripsi dan Laporan Akhir. Edisi Ketiga Cetakan Pertama. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Tridianti Tahun 2023
- Erika Damayanti, R. ., (2023). *Pengaruh Kemasan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc di Bandar Lampung*. Economics and Digital Business Review, 327 - 344.
- Husein, U. (2018). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisni Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Imam, G. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Johnson, M. L. (2019). *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P. &. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. A. (2003). *Dasar-dasar pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasara*. Jakarta: Edisi Pertama, Mitra Metode Penelitian.
- Pesoth, M. C. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PACKAGING, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN ROKOK DUNHILL DI KOTA MANADO*. Jurnal EMBA , 1101-1112.
- Roman, K. J. (2003). *How To Advertise Membangun Merek Dan Bisnis Dalam Dunia Pemasaran Baru*. Jakarta: Alex Media Komputindo.
- Roring, R. M. (2022). *PENGARUH PROMOSI, TESTIMONI PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN HP SAMSUNG DI MARKETPLACE FACEBOOK (STUDI KASUS PADA TOKO MOZAMART MANADO)*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2185-2193.
- Samudro, A. S. (2018). *Perceived Quality and Relationship Quality as Antecedents and Predictors of Loyalty in the Chemical Industry*. European Scientific Journal, 14(28), 173.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis* . Jakarta: Salemba Empat.

- Sarjono, H. d. (2013). *SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiad. (2005). *Bertanam Anggur*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sudaryono. (2017). *Pengantar Manajemen: Teori dan Kasus*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, Cv.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis & ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka baru press.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS).
- Tabrani Tabrani, D. N. (2021). *Relational Marketing Model with Determinants of Service Quality and Pricing in Creating Customer Loyalty (Case Study of Seaweed Farmer Glacillaria sp in Brebes Regency-Central* . International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR), 2089-2104.
- Tjiptono. (2017). *Pemasaran strategi*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasara*. Yogyakarta: Edisi 4, Andi Offset.

