



**PENGARUH HARGA DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN STUDI PADA PENGGUNA PLATFORM
BUWHAN EDU**

Skripsi

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

JELITA HAYATI

14030120140217

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA*)



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

Jalan dr. Antonius Suryono
Kampus Universitas Diponegoro
Tembeleng Semarang Kode Pos 50275
Tel./Faks. (024) 74805407
www.fkip.undip.ac.id | email: fkip@undip.ac.id

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI / TA*)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Jelita Hayati
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030120140217
3. Tempat / Tanggal Lahir : Sikilang 26 Juli 2001
4. Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl. Pasir Panjang, No 50 Sikilang, Kelurahan
Sungai Aua, Kec. Sungai Aur, Pasaman
Barat, Sumatera Barat

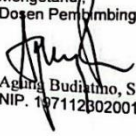
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi/TA) yang saya tulis berjudul:

Pengaruh Harga dan *Perceived Value* terhadap Keputusan Membeli Studi pada Pengguna Platform Buwhan Edu

Adalah benar-benar Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing


Ageng Budiatmo, S.Sos., M.M.
NIP. 197112302001121001

Semarang, 11 September 2025

Pembuat Pernyataan,


Jelita Hayati
NIM. 14030120140217

a.n Ketua Program Studi
Sekretaris Program studi


Robetmi Jumpakita Pinem
NIP. H.7. 198909092018071001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Pecived Value terhadap
Keputusan Membeli Studi Pada Pengguna Platform
Buwhan Edu (PT Eduka System)

Nama Penyusun : Jelita Hayati
NIM : 14030120140217
Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1
pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro.

Semarang, 12 September 2025

Dekan



Dr. Drs. Teguh Yuwono., M.Pol. Admin
NIP. 19690822 1994031003

Wakil Dekan Akademik dan Kemahasiswaan



S. Rouli Manalu, S.Sos., MCommSt., Ph.D
NIP. 198209282005012001

Dosen Pembimbing

1. Agung Budiatmo, S.Sos., M.M.

(.....)

Dosen Penguji Skripsi

1. Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB

(.....)

2. Sendhang Nurseto S.Sos., M.AB

(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Aku dekat. Aku mengabulkan doa orang yang berdoa apabila ia berdoa kepada-Ku”

[Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 186]

“Lokasi lahir boleh dimana saja. Tapi Lokasi mimpi harus di langit”

(Anies Baswedan)

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas Rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tidak lupa skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Untuk diri saya sendiri, terima kasih sudah jadi Jelita yang bertanggung jawab selama merantau di Semarang dan telah bertahan berjuang hingga dititik ini
2. Keluarga saya tercinta, orang tua saya yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan setiap saat.
3. Saudara-saudara saya yang ikut serta memberikan doa, dukungan, dan semangat, khususnya dalam menyusun laporan skripsi ini.
4. Teman terdekat saya, Mutia Rezki El-Zahra, M Rizqi Perdana, dan Mario Rafless Arnoldy yang telah menjadi penyemangat dan teman berkembang bersama selama empat tahun mencari pengalaman bersama
5. Teman-teman saya di bangku perkuliahan. Saratri, Ira Gusmiarti, Hanifah,
6. Seluruh teman-teman terdekat yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, terimakasih atas dukungan selama ini.
7. Teman-teman Administrasi Bisnis 2020 lainnya yang telah menemani perkuliahan hingga saat ini.

PENGARUH HARGA DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STUDI PADA PENGGUNA PLATFORM BUWHAN EDU

ABSTRAK

Perkembangan industri edutech di Indonesia semakin menunjukkan tingkat persaingan yang tinggi dan kompleksitas yang meningkat. Salah satu startup yang bergerak di bidang ini adalah Buwhan Edu, yang sebelumnya dikenal dengan nama Eduka System. Berdasarkan data, Buwhan Edu mengalami penurunan pengguna aktif hingga 35% pada tahun 2023–2024. Penurunan tersebut menjadi tantangan bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai yang dirasakan pengguna (*perceived value*) serta menyesuaikan strategi harga, yang pada akhirnya berdampak terhadap menurunnya keputusan pembelian.

Tipe penelitian ini adalah *eksplanatory research* menggunakan teknik *probability sampling* dengan pendekatan *probability proportional to size* (PPS) dengan sampel berjumlah 100 responden. Data pada penelitian ini dilah menggunakan aplikasi *IBM SPSS (Statistical Programme for Social Sciences) 25.0 for windows* yang digunakan untuk analisis uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, meskipun tingkat korelasinya tergolong rendah. Sementara itu, *perceived value* memiliki pengaruh yang lebih dominan dengan tingkat korelasi sedang. Secara simultan, harga dan *perceived value* memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi sebesar 27,9%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Temuan ini merekomendasikan agar Buwhan Edu melakukan evaluasi harga agar lebih sesuai dengan kompetitor, meningkatkan value fungsional, emosional, dan epistemistik, serta memperkuat strategi komunikasi pemasaran untuk membangun kepercayaan konsumen. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain di luar harga dan *perceived value*, mengingat keduanya hanya menjelaskan 27,9% pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Harga, *Perceived Value*, Keputusan Pembelian

THE INFLUENCE OF PRICE AND PERCEIVED VALUE ON PURCHASING DECISION AN EMPIRICAL STUDY OF BUWHAN EDU PLATFORM USERS

ABSTRACT

The development of the edtech industry in Indonesia has become increasingly competitive and complex. One of the startup in this sector is Buwhan Edu, formerly known as Eduka System. Based on user data, Buwhan Edu experienced a 35% decline in active users during 2023–2024. This decline presents a challenge for the company to enhance perceived value and adjust its pricing strategy, both of which significantly influence users' purchase decisions.

This study employs explanatory research with a probability sampling technique using the probability proportional to size (PPS) approach, involving 100 respondents. Data were analyzed using IBM SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) version 25.0 for Windows, through validity and reliability tests, correlation coefficient, coefficient of determination, simple and multiple linear regression, t-test, and F-test.

The results show that price has a positive and significant effect on purchase decisions, although the correlation is relatively weak. In contrast, perceived value has a stronger influence with a moderate correlation level. Simultaneously, price and perceived value have a significant effect on purchase decisions, contributing 27.9%, while the remaining influence comes from other factors outside this study.

The findings suggest that Buwhan Edu should conduct a price evaluation to ensure better alignment with competitors, enhance functional, emotional, and epistemic value, and strengthen marketing communication strategies to build consumer trust. Furthermore, future research is advised to include additional variables beyond price and perceived value, as these factors only account for 27.9% of the influence on purchase decisions

Keywords: Price, Perceived Value, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayat-Nya sehingga skripsi yang berjudul "**Pengaruh Harga dan *Perceived Value* terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pengguna Platform Buwhan Edu**" dapat terselesaikan dengan baik. Proposal penelitian ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memenuhi Pendidikan Strata 1 Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. Skripsi ini tidak dapat selesai tanpa bantuan pihak-pihak yang ada di sekitar penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menulis skripsi ini.
2. Dr. Hari Susanta Nugraha, S.Sos., M. Si selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
3. Dr. Reni Shinta Dewi S.Sos., M. Si. selaku Ketua Program Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
4. Agung Budiarmo, S.Sos., MM selaku Dosen Pembimbing I dan Sendhang Nurseto S.Sos., M.AB. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu dan telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.
5. Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M. AB selaku dosen penguji sekaligus dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan.
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
8. Sodiko Hidayat, selaku CBDO Buwhan Edu yang telah bersedia membimbing perjalanan saya di Buwhan Edu selama 3 bulan dan bersedia diwawancarai untuk verifikasi permasalahan dalam objek penelitian.
9. Seluruh responden atas kesediannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
10. Orang tua dan kakak saya yang selalu memberikan dukungan, arahan, dan doa selama penyusunan skripsi ini.
11. Berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu dan tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan yang mungkin ditemukan dalam penyusunan skripsi ini, Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi pembaca pada umumnya dan pada penulis secara pribadi.

Semarang, 15 September 2025
Penulis

Jelita Hayati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA*)	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Kegunaan penelitian.....	13
1.5 Kerangka Teori.....	15
1.5.1 Perilaku Konsumen	15
1.5.2 Keputusan Pembelian.....	17
1.5.3 Harga	21
1.5.4 <i>Perceived Value</i>	23
1.5.5 Pengaruh Variabel Independen dengan Variabel Dependen.....	27
1.5.6 Penelitian Terdahulu	31
1.6 Hipotesis.....	34
1.7 Definisi konsep	34
1.7 Definisi Operasional.....	35
1.9 Metode Penelitian.....	38
1.9.1 Tipe Penelitian	39
1.9.2 Populasi dan Sampel	39
1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	42
1.9.4 Jenis dan Sumber Data	45
1.9.5 Skala Pengukuran.....	46

1.9.6 Teknik Pengumpulan Data.....	47
1.9.7 Instrumen Penelitian.....	49
1.9.8 Teknik Analisis	51
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	57
2.1 Sejarah Buwhan Edu	57
2.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	58
2.3 Logo Perusahaan	59
2.4 Kegiatan Usaha & Bidang Usaha.....	60
2.4 Gambaran Umum Produk dan Layanan	60
2.5 Struktur Perusahaan	61
2.6 Identitas Responden	65
BAB III PENGARUH HARGA DAN <i>PERCEIVED VALUE</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STUDI PADA PENGGUNA PLATFORM BUWHAN EDU	72
3.1 Uji Validitas	73
3.2 Uji Reliabilitas	76
3.3 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian	77
3.3.1 Persepsi Responden terhadap Harga (X1).....	78
3.3.2 Persepsi Responden terhadap <i>Perceived Value</i> (X2)	82
3.3.3 Persepsi Responden terhadap Keputusan Pembelian (Y)	87
3.4 Analisis Data	93
3.4.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	94
3.4.2 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	99
3.4.3 Pengaruh Harga dan <i>Perceived Value</i> terhadap Keputusan Pembelian	103
3.4.4 Pembahasan.....	108
3.4.4.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	109
3.4.4.2 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	111
3.4.4.3 Pengaruh Harga dan <i>Perceived Value</i> terhadap Keputusan Pembelian ..	114
BAB IV PENUTUP	117
4.1 Kesimpulan	117
4.2 Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN.....	125

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan harga dan fitur platform Try Out di Indonesia.....	8
Tabel 1.2	Jumlah User Berlangganan di Buwhan Edu 2021-2024.....	10
Tabel 1.3	Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 1.4	Populasi dan Sampel.....	44
Tabel 1.5	Instrumen Skala Likert.....	47
Tabel 2.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 2.2	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Sekolah.....	67
Tabel 2.3	Identitas Responden Berdasarkan Asal Kota	68
Tabel 2.4	Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan/ uang bulanan	69
Tabel 2.5	Identitas Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	70
Tabel 2.6	Identitas Responden Berdasarkan Platform Belajar yang Digunakan.....	71
Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas.....	74
Tabel 3.2	Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas.....	77
Tabel 3.3	Rekapitulasi Variabel Harga.....	79
Tabel 3.4	Kategorisasi Variabel Harga.....	81
Tabel 3.5	Rekapitulasi Variabel <i>Perceived Value</i>	84
Tabel 3.6	Kategorisasi Variabel <i>Perceived Value</i>	87
Tabel 3.7	Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian.....	90
Tabel 3.8	Tabel Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	93
Tabel 3.9	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	94
Tabel 3.10	Hasil Koefisien Korelasi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	95
Tabel 3.11	Hasil Koefisien Determinasi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	96
Tabel 3.12	Regresi Linier Sederhana Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	97
Tabel 3.13	koefisien Korelasi <i>Perceived Value</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	100
Tabel 3.14	Koefisien Determinasi <i>Perceived Value</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	100
Tabel 3.15	Regresi Linier Sederhana <i>Perceived Value</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	101
Tabel 3.16	Koefisien Korelasi Harga dan <i>Perceived Value</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	104
Tabel 3.17	Koefisien Determinasi Harga dan <i>Perceived Value</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	105
Tabel 3.18	Regresi Linier Berganda Harga dan <i>Perceived Value</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	106
Tabel 3.19	Uji F Harga dan <i>Perceived Value</i> terhadap Keputusan Pembelian....	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Rata-rata pengunjung website buwhan edu (eduka system).....	6
Gambar 1.2	Tahapan Pengambilan keputusan Pembelian.....	18
Gambar 1.3	Hipotesis Penelitian.....	34
Gambar 1.4	Kurva Uji t.....	55
Gambar 1.5	Kurva Uji F.....	56
Gambar 2.1	Logo Buwhan Edu.....	59
Gambar 2.2	Struktur Organisasi Perusahaan.....	62