

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI  
SHOPEE**

(Studi Kasus di Lingkungan Kampus Universitas Mercu Buana  
Bekasi)

**SKRIPSI**



Nama : Malik Prayoga Murdeni

Nim : 43117210022

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI  
SHOPEE**

(Studi Kasus di Lingkungan Kampus Universitas Mercu Buana  
Bekasi)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas  
Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Nama : Malik Prayoga Murdeni  
Nim : 43117210022

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2021**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Malik Prayoga Murdeni

NIM : 43117210022

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembalasan Skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (Penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Bekasi, 20 Desember 2019



Malik Prayoga Murdeni


NIM : 43117210022

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Malik Prayoga Murdeni  
NIM : 43117210022  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus di Lingkungan Kampus Universitas Mercu Buana Bekasi)  
Tanggal Lulus Ujian : 09 Februari 2020

Disahkan oleh :

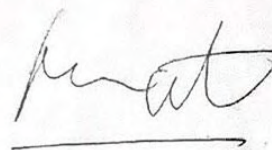
Pembimbing



**Dr. Parwoto, ST, MM.**

Tanggal :

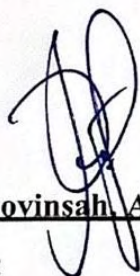
Ketua Penguji



**Dharma Putra, Drs, MM**

Tanggal :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS**

Tanggal :

Ketua Program Studi S1  
Manajemen



**Dr. Daru Asih, M.Si**

Tanggal :

## ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti. Teknik pengambilan sample dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik non-probability sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Statistical Product and Service Solutions versi 25*. Penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga, Promosi



## **ABSTRACT**

*The research objective was to determine the effect of product quality, price and promotion on purchasing decisions. The population in this study is very large and cannot be known with certainty. The sampling technique in this study is to use non-probability sampling techniques. Methods of data collection using a survey method, with the research instrument is a questionnaire. The data analysis method uses Statistical Product and Service Solutions version 25. This research proves that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Price has a positive and significant effect on purchasing decisions. Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions*

*Keywords: Purchase Decision, Product Quality, Price, Promotion*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee (Study Kasus di Lingkungan Kampus Universitas Mercu Buana Bekasi)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya kepada bapak DR. Parwoto, ST, MM selaku dosen pembimbing saya yang telah memberikan saran, waktu bimbingan, suport serta pengetahuan dan nasehat-nasehat yang bermanfaat sehingga saya selaku penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Eri Marlapa, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

5. Bapak Dr Parwoto, ST, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang bermanfaat sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini
6. Bapak Dharma Putra, Drs, MM selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
7. Bapak Didih Setiabudi, SH, M.Si selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik
8. Para Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana yang telah mendedikasikan dan menyampaikan segala ilmu yang dimiliki untuk disampaikan kepada kami Bapak
9. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
10. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
11. Seluruh responden yang sudah meluangkan waktu dan sumbangan pemikirannya sehingga skripsi ini dapat dibuat. semoga bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i sekalian mendapatkan balasan dari Allah SWT.
12. Dan istimewa, Kedua Orang Tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini



bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



Bogor, 19 Juli 2020

Malik Prayoga Murdeni

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan dan kontribusi penelitian .....	13
1. Tujuan penelitian .....	13
2. Kontribusi penelitian .....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	15
A. Kajian Pustaka .....	15
1. Perilaku Konsumen .....	15
2. Keputusan Pembelian .....	17
3. Kualitas Produk .....	25
4. Harga .....	28
5. Promosi .....	32
6. Penelitian Terdahulu .....	39
B. Rerangka Penelitian .....	48
1. Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian .....	48
2. Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian .....	49
3. Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian .....	49
C. Hipotesis Penelitian .....	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	52
A. Waktu dan Wilayah Penelitian .....	52
B. Desain Penelitian .....	52

C. Definisi dan Operasional Variabel .....	53
D. Skala Pengukuran Variabel .....	57
E. Populasi dan Sampel .....	58
1. Populasi.....	58
2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	59
F. Sumber Data .....	60
1. Data Primer.....	60
2. Data Sekunder .....	61
G. Teknik Pengumpulan Data .....	61
1. Kuesioner .....	61
2. Kepustakaan .....	62
H. Metode Analisis Data .....	62
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	62
2. Uji Asumsi Klasik.....	64
3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	67
4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	68
5. Uji Hipotesis.....	69
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>72</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	72
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	75
C. Hasil Uji Kualitas Data .....	80
1. Hasil Uji Validitas.....	80
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	84
D. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	85
1. Uji normalitas.....	85
2. Uji Multikolonialitas.....	86
3. Uji Heteroskedasitas .....	87
E. Hasil Uji Kesesuaian Model .....	87
1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	87
2. Uji F Analysis of Variance (ANOVA).....	88
F. Hasil Uji Analisis Linear Berganda .....	89
G. Hasil Uji Hipotesis .....	90
H. Pembahasan Hasil Penelitian.....	91
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>94</b>

A. Simpulan .....	94
B. Saran.....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	96
<b>LAMPIRAN</b> .....	101



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Gross Merchandise Value Shopee 2015-2019.....	5
Table 1.2 Jumlah hasil variabel.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	39
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel .....	54
Tabel 3.2 Tabel Skala Likert .....	58
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan (Uang Saku) Perbulan.....	74
Tabel 4.4 Kriteria Interpretasi Skor.....	75
Tabel 4.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	76
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian	77
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Produk .....	78
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Harga .....	79
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Promosi .....	80
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	81
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	82
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	83
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi .....	83
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas .....	84
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolonialitas.....	86
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	87
Tabel 4.17 Hasil Hasil Uji F Analysis of Varian (ANOVA).....	88
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Linear Berganda .....	89
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis.....	90

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet .....	2
Gambar 1.2 Persaingan Toko Online di Indonesia .....	3
Gambar 1.3 Top E-commerce Ranking Playstore 2017-2019.....	6
Gambar 2.1 Lima - Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	21
Gambar 2.2 Rerangka Penelitian .....	50
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	85
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedasitas .....	87



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran i Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran ii Hasil Kuesioner Penelitian.....	109
Lampiran iii Hasil Uji Stasistik Deskriptif.....	124
Lampiran iv Hasil Uji Deskriptif Variabel.....	125
Lampiran v Hasil Uji Kualitas Data.....	128
1. Hasil Uji Validitas.....	128
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	131
Lampiran vi Hasil uji Asumsi Klasik.....	133
1. Hasil Uji Normalitas.....	133
2. Hasil Uji Multikolonialitas.....	133
3. Hasil Uji Heteroskedasitas.....	134
Lampiran vii Hasil Uji Kesesuaian Model.....	134
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	134
2. Hasil Uji F ANOVA.....	134
Lampiran viii Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	135
Lampiran ix Hasil Uji Hipotesis Uji t.....	135

