

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
TOKO *ONLINE* SHOPEE**

SKRIPSI



Nama : Yeni Eka Darmawati

Nim : 43117320011

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

2022

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TOKO *ONLINE* SHOPEE**

SKRIPSI

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



Nama : Yeni Eka Darmawati

NIM 43117320011

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA 2022**

SKRIPSI
Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian di Toko *Online* Shopee

Oleh:

Yeni Eka Darmawati

NIM: 43117320011

Disetujui untuk Ujian Akhir Skripsi

pada Tanggal:

11 Februari 2022

Disetujui,

1. Dra. Yanti Murni, MM

Pembimbing

()

2. Eri Marlapa, SE, MM

Dosen Tugas Akhir

()

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yeni Eka Darmawati
NIM : 43117320011
Program Studi : Manajemen S1

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

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Bekasi, 27 Januari 2022


Yeni Eka Darmawati


NIM: 43117320011

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yeni Eka Darmawati
NIM : 43117320011
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian di Toko Online Shopee
Tanggal Sidang : 11 Februari 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dra. Yanti Murni, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1
Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA
02220928



Please Scan
QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO *ONLINE* SHOPEE”**. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya kepada Ibu Dra. Yanti Murni, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu penulis ucapkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugrahnya dan ingin berterima kasih kepada 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. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Nur Aisyah F. Pulungan, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dharma Putra, Drs, MM selaku dosen metodologi penelitian, yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat dalam pengerjaan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya kepada peneliti.
7. Kepada Suami saya yang selalu mendukung dan memberikan semangat sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Teruntuk anak-anak saya tersayang Yaziid, Amareto dan Theo yang selalu memberikan semangat dan perhatian sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Ibu saya, Ibu dan Bapak Mertua, Oma uyut dan keluarga besar atas doa dan dukungannya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Teruntuk keponakan saya Tita yang selalu membantu dan memberikan dukungannya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima kasih kepada teman – teman Manajemen Angkatan 2017 yang selalu memberi dukungan dan bantuan kepada saya agar dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam menyusun skripsi ini.

Jakarta 24 Agustus 2021

Yeni Eka Darmawati

DAFTAR ISI

SAMPUL SKRIPSI.....	i
JUDUL SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	8
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Kontribusi Penelitian	9
a. Kontribusi Akademik.....	9
b. Kontribusi Praktik.....	9
BAB II KAJIAN TEORI, RERANGKA KONSEPTUAL	
 DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teoritis	10
1. Manajemen Pemasaran.....	10
a. Definisi Manajemen Pemasaran.....	10
2. Keputusan Pembelian.....	11
a. Definisi keputusan Pembelian.....	11
b. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	12

c.	Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	13
3.	Kualitas Produk.....	15
a.	Definisi Kualitas Produk	15
b.	Tingkatan Produk	16
c.	Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	18
4.	Harga	19
a.	Definisi Harga	19
b.	Tujuan Penetapan Harga.....	20
c.	Dimensi dan Indikator Harga.....	23
5.	Promosi.....	25
a.	Pengertian Promosi	25
b.	Tujuan Promosi	26
c.	Jenis-Jenis Promosi	27
d.	Dimensi dan Indikator Promosi	30
6.	Penelitian Terdahulu	33
B.	Rerangka Konseptual	38
C.	Pengembangan Hipotesis	39

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	42
1.	Waktu Penelitian	42
2.	Tempat Penelitian	42
B.	Desain Penelitian	42
C.	Definisi dan Operasional Variabel.....	42
1.	Definisi Variabel.....	42
a.	Variabel Independen.....	42
b.	Variabel Dependen	42
2.	Operasional Variabel.....	43
D.	Skala Pengukuran Variabel	46
E.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	47
1.	Populasi Penelitian	47

2. Sampel Penelitian.....	47
F. Metode Pengumpulan Data	48
G. Metode Analisis Data.....	49
1. Analisis Deskriptif	49
2. Uji Kualitas Data.....	50
3. Uji Asumsi Klasik	51
4. Uji Kesesuaian Model	53
5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	54
6. Uji Hipotesis	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Gambaran Objek Penelitian.....	56
1. Gambaran Umum Perusahaan	56
2. Karakteristik Responden	58
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	61
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	67
1. Hasil Uji Validitas.....	67
2. Hasil Uji Relianilitas	70
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	71
1. Hasil Uji Normalitas	71
2. Hasil Uji Multikolonieritas	72
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
4. Hasil Uji Linearitas	73
E. Hasil Uji Kesesuaian Model	73
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	73
2. Hasil Uji F ANOVA	74
F. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	74
G. Hasil Uji Hipotesis	75
H. Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	79
A. Simpulan	79
B. Saran	80

1. Bagi Perusahaan	80
2. Bagi Akademis	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	86



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1.	Popular Brand Index E-commerce Indonesia Tahun 2017	5
1.2.	Jumlah Pengguna Di Toko Online Shopee Pada Kuartal 2017 s/d Kuartal IV 2020	6
1.3.	Hasil Pra Survei Keputusan Pembelian Pengguna Shopee ...	7
2.1.	Tabel Penelitian Terdahulu	33
3.1	Definisi Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian ...	44
3.2	Definisi Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk	44
3.3	Definisi Operasionalisasi Variabel Harga	45
3.4	Definisi Operasionalisasi Variabel Promosi	46
3.5	Instrumen Skala Linkert	47
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	62
4.5	Kriteria Interpretasi Skor	63
4.6	Hasil Uji Statistik Deskriptif	64
4.7	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	65
4.8	Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk	66
4.9	Hasil Uji Statistik Deskriptif Harga	67
4.10	Hasil Uji Statistik Deskriptif Promosi	68
4.11	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	69
4.12	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	69
4.13	Hasil Uji Validitas Harga	70
4.14	Hasil Uji Validitas Promosi	70
4.15	Hasil Uji Reabilitas	71
4.16	Hasil Uji Normalitas.....	72

4.17	Hasil Uji Multikolonieritas.....	73
4.18	Hasil Uji Linearitas	74
4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	74
4.20	Hasil Uji F (ANOVA)	75
4.21	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
4.22	Hasil Uji Uji Hipotesis	77



DAFTAR GAMBAR

No. 1.1 Penggunaan Internet di Indonesia Tahun 2007-2018.....	2
No. 2.1 Tingkatan Produk	17
No. 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	39
No. 4.1 Logo Shopee	59
No. 4.2 Diagram Scatter Plot.....	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner	87
2	Hasil Pra survey	89
3	Hasil Kusioner	93
4	Hasil Karakteristik Profil Responden	104
5	Hasil Uji Statistik Deskriptif Jawaban Responden.....	106
6	Hasil Uji Kualitas Data.....	108
7	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	116
8	Hasil Uji Kesesuaian Model.....	118
9	Data R Tabel	120
10	Data F Tabel	122
11	Data T Tabel	123

