

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA *MARKETPLACE* SHOPEE**

(Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen

RETNO WULANDARI

1702010199

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO**

TAHUN 2021

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA *MARKETPLACE* SHOPEE**

(Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen

RETNO WULANDARI

1702010199

Diperiksa dan disetujui oleh :

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Tri Septin Muji Rahayu'.

Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si.

NIK. 2160128

ii

ii

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Retno Wulandari
NIM : 1702010199
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul Laporan : **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dra. Tri Septin Muji Rahayu, S.E., M.Si. ()
Anggota 1 : Arini Hidayah, S.E., M.Si. ()
Anggota 2 : Purnadi, S.E., M.Si. ()

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 19 Januari 2021

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hj Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si.

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Retno Wulandari
NIM : 1702010199
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 19 Januari 2021

Yang membuat pernyataan



Retno Wulandari

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Retno Wulandari
NIM : 1702010199
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

"Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Di Purwokerto)"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan mengalih media/mengalih informasikan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada Tanggal : 19 Januari 2021

Yang menyatakan,



Retno Wulandari

MOTTO

“Sesungguhnya di samping kesukaran ada kemudahan. Apabila engkau telah selesai mengerjakan suatu pekerjaan, maka bersusah payahlah mengerjakan yang lain dan kepada Tuhanmu berharaplah”

(Q.S Al-Insyiroh: 6-8)

Saya tidak ingin menceritakan impian saya, tetapi saya ingin menunjukan dan membuktikannya.

(Retno Wulandari)



PERSEMBAHAN



Kupersembahkan skripsi ini kepada :

❖ Bapak dan Ibuku tercinta (Bapak Kisno dan Ibu Ponirah) sebagai tanda sayang, bakti, hormat, dan terima kasih yang tidak terhingga atas kasih sayang, kerja keras, motivasi dan doa yang telah diberikan selama ini.

❖ Kakak saya tersayang (Nurul Apriliani) sebagai tanda terima kasih atas dukungan, motivasi, dan doa selama

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Drs. Suyoto, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
4. Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Arini Hidayah, S.E., M.Si, dan Purnadi, S.E., M.Si, selaku Dosen Penguji saya yang selalu memberikan saran yang sangat membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Maharani Retnaningrum, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan dukungan dan arahan selama masa studi.
7. Bapak/Ibu dosen, seluruh staf dan karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama saya menimba ilmu di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.

8. Kedua orang tua yang telah memberikan bantuan dukungan material, nonmaterial dan motivasi, sehingga dapat menyelesaikan studi sesuai dengan target dan rencana.
9. Mahasiswa pengguna *marketplace* Shopee, terimakasih telah meluangkan waktu untuk membantu penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman Manajemen D 2017 dengan segala cerita dan yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama perkuliahan yang akan menjadi cerita di masa depan.
11. Teman-teman yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 19 Januari 2021



Penulis

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
*MARKETPLACE SHOPEE***

(Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)

Retno Wulandari¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail : retnowulan640@gmail.com

Dra. Tri Septin Muji Rahayu, S.E., M.Si²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail : septinharyanto@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, promosi, dan keputusan pembelian. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, didapatkan sebanyak 103 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji instrumen, statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara itu kualitas layanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kemudian promosi berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : kualitas produk, kualitas layanan, promosi, keputusan pembelian.

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, AND
PROMOTION ON PURCHASING DECISION AT MARKETPLACE SHOPEE***

(Case Study Of College Student In Purwokerto)

Retno Wulandari¹

The Faculty of Economics and Business

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

E-mail : retnowulan640@gmail.com

Dra. Tri Septin Muji Rahayu, S.E., M.Si²

The Faculty of Economics and Business

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

E-mail : septinharyanto@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality, service quality, promotion and purchasing decision. The sample selection in this study was carried out by purposive sampling method. Based on the criteria, as many as 103 respondents were sampled. The data analysis techniques used in this research were instrument test, descriptive statistics, classical assumption test, multiple linier regression analysis, and hypothesis testing. The result of the analysis showed that as partial, product quality has no effect on the purchasing decision, service quality has a positive effect on purchasing decision, and promotion has a positive effect on purchasing decision.

Keyword : product quality, service quality, promotion, and purchase decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kualitas Produk.....	10
1. Pengertian Kualitas Produk.....	10
2. Indikator Kualitas Produk.....	11
B. Kualitas Layanan.....	12
1. Pengertian Kualitas Layanan.....	12
2. Prinsip-prinsip Kualitas Layanan.....	13
3. Indikator Kualitas Layanan.....	15
C. Promosi.....	16
1. Pengertian Promosi.....	16
2. Indikator Promosi.....	17

D. Keputusan Pembelian	18
1. Pengertian Keputusan Pembelian	18
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	19
3. Indikator Keputusan Pembelian	20
E. Hasil Penelitian Terdahulu	22
F. Kerangka Pemikiran	28
G. Hipotesis	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	33
B. Populasi dan Sampel	33
C. Metode Pengumpulan Data	36
D. Variabel Penelitian	37
E. Definisi Operasional	38
F. Metode Analisis Data	39
1. Uji Instrumen	39
a. Uji Validitas	39
b. Uji Reliabilitas	40

2. Uji Asumsi Klasik.....	41
a. Uji Normalitas	41
b. Uji Multikolinearitas	42
c. Uji Heteroskedastisitas	43
3. Uji Regresi Linear Berganda	44
4. Uji Kecocokan Model	45
a. Uji Koefisien Determinasi.....	45
b. Uji F	46
c. Uji t.....	49
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	54
1. Gambaran umum perusahaan.....	54
2. Nilai-nilai yang diterapkan perusahaan	54
3. Gambaran Responden	55
B. Deskripsi Responden	56
1. Response Rate.....	56
2. Karakteristik Responden.....	58
a. Jenis Kelamin	58

b. Perguruan Tinggi.....	59
c. Biaya Hidup perbulan.....	60
C. Analisis Data.....	61
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	61
2. Uji Instrumen.....	67
a. Uji Validitas.....	67
b. Uji Reliabilitas.....	70
3. Uji Asumsi Klasik.....	71
a. Uji Normalitas.....	71
b. Uji Multikolinearitas.....	72
c. Uji Heteroskedastisitas.....	73
4. Analisis Regresi Berganda.....	75
5. Uji Kecocokan Model.....	76
a. Uji Koefisien Determinasi.....	76
b. Uji F.....	77
c. Uji t.....	79
6. Rekapitulasi Hasil Penelitian.....	81
D. PEMBAHASAN.....	82

BAB V PENUTUP

A.KESIMPULAN	89
B.KETERBATASAN.....	89
C.SARAN.....	90
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	96



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa.....	34
Tabel 3.2 Skala Instrumen.....	36
Tabel 3.3 Definisi Operasional.....	38
Tabel 4.1 Response Rate.....	57
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	58
Tabel 4.3 Perguruan Tinggi Responden.....	59
Tabel 4.4 Biaya Hidup Perbulan.....	60
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	61
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan.....	63
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Promosi.....	65
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan.....	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Promosi.....	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	70

Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
Tabel 4.17 Hasil Regresi Linear Berganda	75
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	76
Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	77
Tabel 4.20 Rangkuman Hasil Penelitian	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Top E-commerce.....	3
Gambar 3.1 Kurva Uji Hipotesis Pertama.....	47
Gambar 3.2 Kurva Uji Hipotesis Kedua	50
Gambar 3.3 Kurva Uji Hipotesis Ketiga.....	52
Gambar 3.4 Kurva Uji Hipotesis Keempat	53
Gambar 4.1 Kurva Uji F.....	78
Gambar 4.2 Kurva Uji Hipotesis Kedua	79
Gambar 4.3 Kurva Uji Hipotesis Ketiga.....	80
Gambar 4.4 Kurva Uji Hipotesis Keempat	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	97
Lampiran 2 Data Deskripsi Responden.....	103
Lampiran 3 Hasil Statistik Deskriptif Analisis Responden.....	116
Lampiran 4 Data Mentah	117
Lampiran 5 Analisis Deskriptif Statistik.....	128
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	130
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	135
Lampiran 8 Hasil Analisis Regresi Berganda	137
Lampiran 9 R Tabel	138
Lampiran 10 F Tabel.....	142
Lampiran 11 t Tabel.....	145