

**PENGARUH PROMOSI, EKUITAS MEREK DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
*MARKETPLACE SHOPEE***

**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**



**SKRIPSI  
EVA APRILIANI  
1902010028**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2023**

**PENGARUH PROMOSI, EKUITAS MEREK DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MARKETPLACE SHOPEE**

**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen S1

**EVA APRILIANI**

**1902010028**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH PROMOSI, EKUITAS MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MARKETPLACE* SHOPEE**

**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**



**SKRIPSI**

**Oleh:**

**EVA APRILIANI**

**1902010028**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi yang telah bertanda tangan di bawah ini:

Pembimbing



**Arini Hidayah, S.E., M.Si**

**NIK. 2160341**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh

Nama : Eva Apriliani  
NIM : 1902010028  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Judul laporan : **Pengaruh Promosi, Ekuitas Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

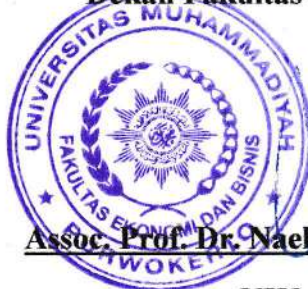
### DEWAN PENGUJI

Ketua : Arini Hidayah, S.E., M.Si  
Anggota 1 : Ika Yustina Rahmawati, S.E., M.Sc.  
Anggota 2 : M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si  
Ditetapkan di : Purwokerto  
Tanggal : 6 Juli 2023

(*Arini Hidayah*)  
(*Ika Yustina Rahmawati*)  
(*M. Agung Miftahuddin*)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



*(Signature of Naelati Tubastuvi)*

Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si

NIK. 2160187

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eva Apriliani

NIM : 1902010028

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

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

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak di kemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 6 Juli 2023

Yang Menyatakan



Eva Apriliani

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Eva Apriliani  
NIM : 1902010028  
Program Studi : Manajemen S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Jenis Karya : Skripsi

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

### **Pengaruh Promosi, Ekuitas Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Marketplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, 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.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat : Purwokerto

Pada tanggal : 6 Juli 2023

Yang menyatakan



Eva Apriliani

## MOTTO

*“Jangan ubah dirimu hanya agar mereka menyukaimu. Hebatkan dirimu agar mau tidak mau mereka harus menerimamu.”*

(Eva Apriliani)



## PERSEMBAHAN



### **Kupersembahkan Skripsi ini kepada:**

- ❖ Mama dan bapa tercinta, adik-adikku yang aku banggakan serta kakek dan nenek yang aku sayangi sebagai tanda sayang, bakti, hormat, dan terimakasih yang tidak terhingga atas kasih sayang, kerja keras, motivasi, dan doa yang telah diberikan selama ini.

# **PENGARUH PROMOSI, EKUITAS MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**

**Eva Apriliani<sup>1</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
E-mail: Evaapriliani429@gmail.com

**Arini Hidayah<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
E-mail: Hidayaharini99@yahoo.co.id

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh promosi, ekuitas merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, didapatkan sebanyak 110 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 promosi, ekuitas merek, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kemudian promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, ekuitas merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: promosi, ekuitas merek, kualitas produk, keputusan pembelian

# ***THE EFFECT OF PROMOTION, BRAND EQUITY AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISION***

*(Study on Student at Muhammadiyah University of Purwokerto)*

**Eva Apriliani<sup>1</sup>**

The Faculty of Economic and Business  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
E-mail: [Evaapriliani429@gmail.com](mailto:Evaapriliani429@gmail.com)

**Arini Hidayah<sup>2</sup>**

The Faculty of Economic and Business  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
E-mail: [Hidayaharini99@yahoo.co.id](mailto:Hidayaharini99@yahoo.co.id)

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of promotion, brand equity, and product quality towards purchasing decisions. The sample selection in this study was carried out by purposive sampling. Based on the criteria, there were 110 respondents who became the sample. The data analysis techniques used in this research are instrument test, descriptive statistics, classical assumption test, multiple regression analysis, and hypothesis testing. The results of the analysis show that promotion, brand equity and product quality simultaneously influence on purchasing decisions, then promotion have a positive effect and not significant on purchasing decisions, brand equity have positive effect and not significant on purchasing decisions, while product quality have positive effect and significant on purchasing decisions.*

*Keywords: promotion, brand equity, product quality, purchase decision*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah S.W.T, karena atas berkat dan Rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Skripsi Ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari awal perkuliahan sampai pada penulisan skripsi ini, sangat 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. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., 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, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
4. Alfalisyado, S.E.,Sy, M.E selaku Dosen Pembimbing akademik yang selalu membimbing saya.
5. Arini Hidayah, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.

6. Ika Yustina Rahmawati, S.E., M.Sc. selaku Dosen Penguji satu saya yang selalu memberikan kritik dan saran terhadap skripsi saya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si selaku Dosen Penguji dua saya yang selalu memberikan kritik dan saran terhadap skripsi saya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Bapak/Ibu Dosen, seluruh staf dan karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama saya menempuh studi serta seluruh bantuan dalam bentuk sarana dan prasarana yang telah diberikan kepada saya.
9. Bapak Sukiman dan Ibu Rokhimah selaku kedua orangtua saya yang telah memberikan dukungan secara materi dan nonmateri dari awal masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah S.W.T membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu saya dalam penyusunan skripsi ini. Dengan penyusunan skripsi ini semoga membawa manfaat di masa depan.

Purwokerto, 6 Juli 2023

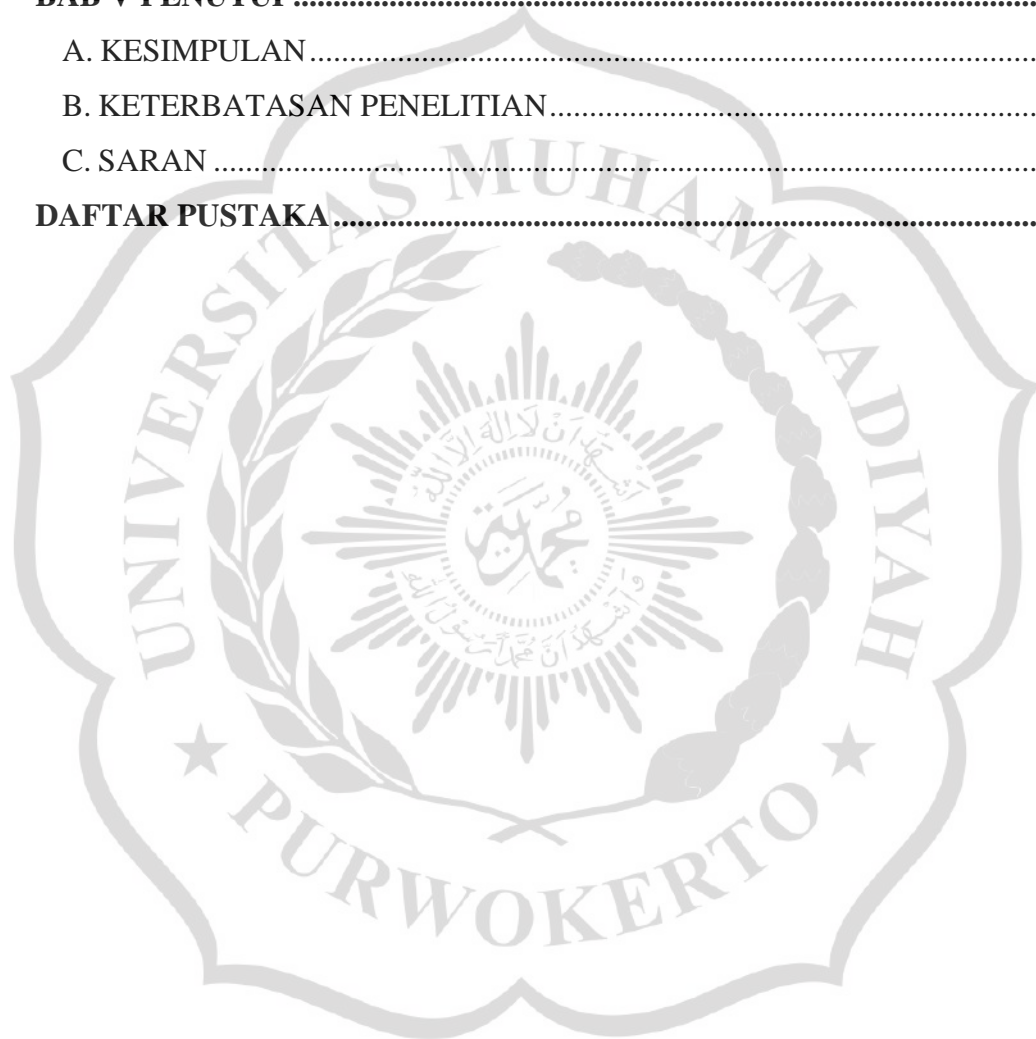
Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Pembatasan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
A. Landasan Teori.....	9
1. Pemasaran .....	9
2. Perilaku Konsumen.....	9
3. Keputusan Pembelian .....	10
4. Promosi .....	12
5. Ekuitas merek .....	13
6. Kualitas Produk .....	14

B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	16
C. Kerangka Pemikiran .....	23
D. Hipotesis Penelitian.....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Populasi dan Sampel .....	27
C. Metode Pengumpulan Data .....	30
D. Variabel Penelitian .....	31
E. Definisi Operasional .....	31
F. Metode Analisis Data .....	33
1. Statistik Deskriptif .....	33
2. Uji Instrumen .....	33
3. Uji Asumsi Klasik .....	34
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
5. Uji Kecocokan Model.....	36
6. Uji Hipotesis .....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
A. Hasil Penelitian .....	42
1. Gambaran Umum Shopee.....	42
2. <i>Response Rate</i> .....	43
3. Deskripsi Responden .....	44
B. Statistik deskriptif .....	48
C. Uji Instrumen.....	54
1. Uji Validitas.....	54
2. Uji Reliabilitas .....	57
D. Uji Asumsi Klasik.....	58
1. Uji Normalitas .....	58
2. Uji Multikolonieritas .....	59
3. Uji Heteroskedastisitas .....	60
E. Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
F. Uji Kecocokan Model.....	62

G. Uji Hipotesis .....	63
1. Uji Hipotesis F.....	63
2. Uji Hipotesis t.....	65
H. REKAPITULASI HASIL UJI HIPOTESIS .....	67
I. PEMBAHASAN.....	67
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>73</b>
A. KESIMPULAN.....	73
B. KETERBATASAN PENELITIAN.....	73
C. SARAN .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>76</b>

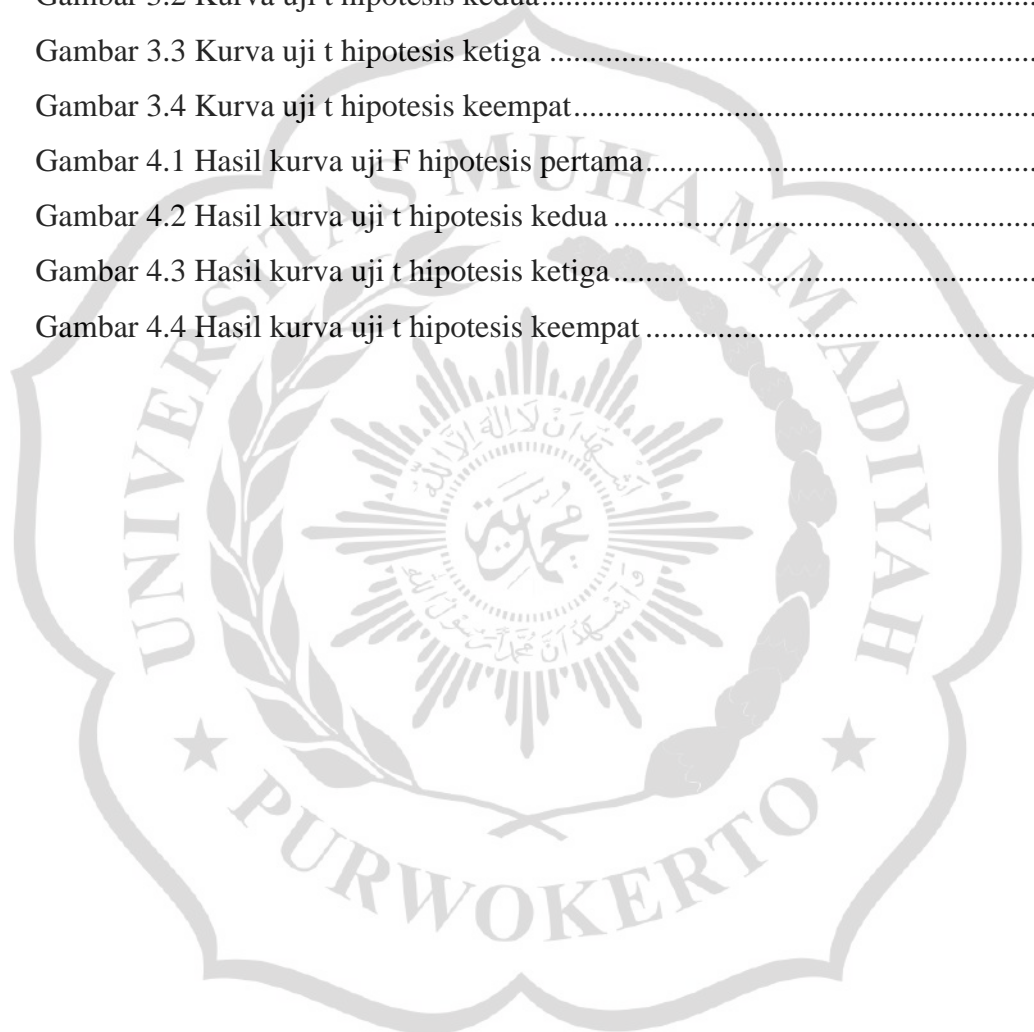


## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 10 <i>E-Commerce</i> dengan kunjungan terbanyak di Indonesia.....	2
Tabel 2.1 Hasil penelitian terdahulu .....	16
Tabel 3.1 Jumlah mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Purwokerto .....	28
Tabel 3.2 Jumlah responden di Universitas Muhammadiyah Purwokerto .....	30
Tabel 3.3 Definisi operasional variabel .....	32
Tabel 4.1 <i>Response rate</i> .....	44
Tabel 4.2 Data responden berdasarkan jenis kelamin.....	45
Tabel 4.3 Data responden berdasarkan fakultas.....	46
Tabel 4.4 Data responden berdasarkan semester .....	47
Tabel 4.5 Data responden berdasarkan uang saku per bulan .....	48
Tabel 4.6 Analisis statistik deskriptif promosi (X1) .....	49
Tabel 4.7 Analisis statistik deskriptif ekuitas merek (X2).....	50
Tabel 4.8 Analisis statistik deskriptif kualitas produk (X3) .....	51
Tabel 4.9 Analisis statistik deskriptif keputusan pembelian (Y) .....	52
Tabel 4.10 Uji validitas promosi (X1) .....	54
Tabel 4.11 Uji validitas ekuitas merek (X2).....	55
Tabel 4.12 Uji validitas kualitas produk (X3).....	55
Tabel 4.13 Uji validitas keputusan pembelian (Y) .....	56
Tabel 4.14 Uji reliabilitas.....	57
Tabel 4.15 Uji normalitas.....	58
Tabel 4.16 Uji multikolonieritas .....	59
Tabel 4.17 Uji heteroskedastisitas.....	60
Tabel 4.18 Analisis regresi linier berganda.....	61
Tabel 4.19 Uji koefisien determinasi .....	63
Tabel 4.20 Uji F .....	64
Tabel 4.21 Rekapitulasi hasil uji hipotesis.....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 3.1 Kurva uji F hipotesis pertama .....	37
Gambar 3.2 Kurva uji t hipotesis kedua.....	38
Gambar 3.3 Kurva uji t hipotesis ketiga .....	39
Gambar 3.4 Kurva uji t hipotesis keempat.....	41
Gambar 4.1 Hasil kurva uji F hipotesis pertama.....	64
Gambar 4.2 Hasil kurva uji t hipotesis kedua .....	65
Gambar 4.3 Hasil kurva uji t hipotesis ketiga.....	66
Gambar 4.4 Hasil kurva uji t hipotesis keempat .....	66



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner penelitian.....	79
Lampiran 2: Data Responden.....	85
Lampiran 3: Distribusi frekuensi .....	91
Lampiran 4: Tabulasi penelitian.....	93
Lampiran 5: Analisis Statistik Deskriptif.....	106
Lampiran 6: Uji Validitas .....	108
Lampiran 7: Uji Reliabilitas.....	111
Lampiran 8: Uji Asumsi Klasik .....	112
Lampiran 9: Analisis Regresi Linier Berganda & Uji t .....	114
Lampiran 10: Uji Koefisien Determinasi & Uji F .....	115
Lampiran 11: r Tabel.....	116
Lampiran 12: F Tabel.....	118
Lampiran 13: t Tabel.....	120
Lampiran 14: Bukti lolos Turnitin .....	122
Lampiran 15: Bukti Penyebaran Kuesioner .....	123