

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKOPEDIA DI JAKARTA**

Oleh :

Nama : Vincent Kuswanto

NIM : 21190351

Skripsi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MARET 2023

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKOPEDIA DI JAKARTA UTARA

Diajukan Oleh

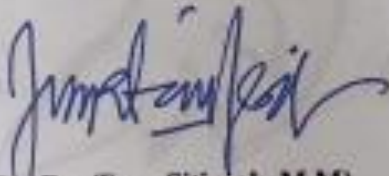
Nama: Vincent Kuswanto

NIM: 21190351

Jakarta, Maret 2023

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Dr. Drs Tony Sitinjak, M.M)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MARET 2023

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Vincent Kuswanto / 21190351 / 2023 / Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia Di Jakarta / Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M.

Pada berkembangnya zaman seperti saat ini, pemasaran merupakan salah satu kunci untuk sukses dan berkembangnya suatu bisnis. Dalam penerapannya tersebut muncul berbagai aplikasi-aplikasi online yang di pakai untuk membeli sebuah produk secara online tanpa harus datang ke toko secara langsung atau yang biasa di sebut sebagai E-Commerce. E-commerce adalah penjualan yang dilakukan melalui media elektronik. E-Commerce dapat menjadi alternative bagi perusahaan dalam mempromosikan produknya dan bersaing dengan para kompetitor bisnis perusahaan tersebut dalam menjual produk masing-masing perusahaan untuk menarik minat konsumen dan menarik konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian.

Teori yang dipakai di dalam penelitian ini adalah kualitas produk, promosi dan keputusan pembelian. Ada dua jenis variabel yang di pakai dalam penelitian ini, yaitu variabel independent dan dependen. Variabel independent terdiri dari kualitas produk dan promosi, sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian.

Objek penelitian ini adalah produk di Tokopedia dan Subjek penelitian ini yaitu konsumen yang menggunakan Tokopedia. Metode penelitian yang dipakai adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Data dikumpulkan dengan menyebarkan responden melalui google form kepada 110 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik judgement sampling.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan penelitian ini adalah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk di Tokopedia, dimana kualitas produk ini memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian konsumen di Tokopedia dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk di Tokopedia, dimana promosi ini memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian konsumen di Tokopedia. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan agar Tokopedia diharapkan selalu memberikan produk yang baik dan menarik sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga dapat mempertahankan konsumen dan meningkatkan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Vincent Kuswanto / 21190351 / 2023 / *The Influence of Product Quality and Promotion on Tokopedia Consumer Purchase Decisions in Jakarta* / Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M.

In the current era, marketing is one of the keys to the success and development of a business. In this application, various online applications appear that are used to buy a product online without having to come to the store directly or what is commonly referred to as E-Commerce. E-commerce is sales made through electronic media. E-Commerce can be an alternative for companies in promoting their products and competing with the company's business competitors in selling each company's products to attract consumers and attract consumers to decide to make a purchase.

The theory used in this study is product quality, promotion and purchasing decisions. There are two types of variables used in this study, namely independent and dependent variables. The independent variable consists of product quality and promotion, while the dependent variable is the purchase decision.

The objects of this research are products in Tokopedia and the subjects of this research are consumers who use Tokopedia. The research method used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis. Data was collected by distributing respondents via Google form to 110 respondents. Sampling was done by judgment sampling technique.

The results of this study indicate that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions and promotions have a positive and significant effect on purchasing decisions.

The conclusion of this study is that product quality has a positive effect on product purchasing decisions at Tokopedia, where product quality has a strong influence on consumer purchasing decisions at Tokopedia and promotions have a positive effect on product purchasing decisions at Tokopedia, where this promotion has a strong influence on purchasing decisions consumers at Tokopedia. Based on the research results, researchers suggest that Tokopedia is expected to always provide good and attractive products in accordance with consumer wishes, so as to retain consumers and improve purchasing decisions made by consumers.

Keyword: *Product Quality, Promotion, and Purchase Decision*





KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia Di Jakarta Utara” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam proses penyusunan skripsi ini banyak hambatan dan rintangan yang peneliti hadapi, namun pada akhirnya dapat terselesaikan berkat adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs Tony Sitinjak, M.M selaku Dosen Pembimbing yang membimbing serta memberikan pengarahan dalam menyelesaikan karya akhir.
2. Kepada seluruh pihak dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang memberikan segala ilmu pengetahuan yang sangatlah berharga bagi penulis.
3. Kepada kedua orang tua penulis yang telah memberikan bantuan berupa doa dan motivasi selama proses penyusunan skripsi.
4. Kepada Eric, Bobby, dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
5. Kepada para responden yang telah membantu penulis dalam mengisi kuesioner.
6. Kepada berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dapat menyelesaikan skripsi.



Penulis juga menyadari skripsi ini masih berada jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengucapkan permintaan maaf sebesar besarnya apabila terdapat kata kata yang kurang berkenan, serta mengucapkan terima kasih

Jakarta, Maret 2023

Penulis

Vincent Kuswanto

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BABI PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Penelitian.....	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teoritis.....	9
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Kerangka Pemikiran.....	22
D. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Obyek Penelitian.....	25
B. Desain Penelitian	25
C. Variabel Penelitian.....	27
D. Teknik Pengambilan Sampel	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	32
F. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
B. Profil Responden.....	45





C. Hasil Penelitian	48
D. Pembahasan.....	61

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 63

A. Kesimpulan	63
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA..... 65

LAMPIRAN..... 67

Copyright © 2019 by IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Tidak Dilarang Ditiripkan

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Alasan Masyarakat Indonesia Menggunakan E-Commerce	3
Gambar 2	10 E-Commerce dengan Pengunjung Situs Bulanan Tertinggi	5
Gambar 2	1 Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	24
Gambar 4	1 Logo Tokopedia`	45

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	20
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian	28
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk	29
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Promosi.....	31
Tabel 3.4 Tabel Skala Likert.....	33
Tabel 4.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.4 Persentase Responden Berdasarkan Penghasilan	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	52
Tabel 4.9 Rata-rata,Selang Kepercayaan dan Rentang Skala Kualitas Produk	53
Tabel 4.10 Rata-rata,Selang Kepercayaan dan Rentang Skala Promosi.....	54
Tabel 4.11 Rata-rata,Selang Kepercayaan dan Rentang Skala Keputusan Pembelian	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Tabel 4.15 Hasil Keberartian Model.....	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Signifikan Koefisien.....	59
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	60



1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.