

**PENGARUH EFEKTIVITAS PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PLATFORM E-COMMERCE SHOPEE SELAMA MASA
PANDEMI COVID-19 DI JAKARTA**

Oleh :

Nama : Andy William

NIM : 27199103

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MEI 2023



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.

PENGESAHAN

PENGARUH EFEKTIVITAS PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PLATFORM E-COMMERCE SHOPEE SELAMA MASA PANDEMI COVID-19 DI JAKARTA

Diajukan oleh :

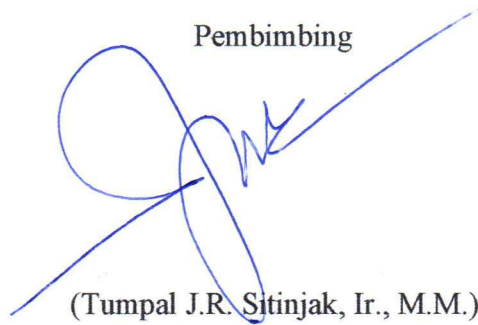
Nama : Andy William

NIM : 27199103

Jakarta, 03 Mei 2023

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Tumpal J.R. Sitinjak, Ir., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2023

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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

Andy William / 27199103 / 2022 / Pengaruh Efektivitas Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Platform *E-commerce* Shopee Selama masa Pandemi *Covid-19* di Jakarta / Tumpal Janji Raja Sitinjak, Ir., M.M.

Pandemi *covid-19* yang terjadi di Indonesia memberikan dampak bagi ketidakstabilan dalam perekonomian. Dengan perkembangan zaman saat ini, kemudahan dalam kegiatan ekonomi dapat dilakukan dengan penggunaan teknologi, hampir semua yang dibutuhkan baik primer atau sekunder dapat dipenuhi dengan bantuan layanan online di masa pandemi saat ini. Melalui handphone dengan menggunakan jaringan elektronik dan *e-commerce*, akan lebih mudah dalam melakukan pembelian kebutuhan dan produk. Data nilai transaksi *e-commerce* shopee pada tahun 2017 sebelum masa pandemi *covid-19*, dengan nilai transaksi berada di antara 0-10 *milliar US\$* yang terus meningkat sampai pada tahun 2021 dengan nilai 60-70 *milliar US\$*. Hal ini membuktikan bahwa selama masa pandemi terdapat peningkatan transaksi pembelian sementara itu selama masa pandemi *covid-19* perekonomian rumah tangga sedang mengalami penurunan pendapatan, berdasarkan hal tersebut tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efektivitas promosi, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada platform shopee selama masa pandemi *covid-19* di Jakarta.

Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 jenis yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah efektivitas promosi, kualitas produk, dan kualitas layanan sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

Objek dalam penelitian ini adalah *platform* shopee. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden yang pernah membeli produk pada *platform* Shopee selama masa pandemi *covid-19* (januari 2020 sampai desember 2022). Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reabilitas, analisis deskriptif, estimasi model persamaan regresi, uji asumsi klasik, uji F dan uji t. Alat bantu yang digunakan untuk menganalisis data adalah SPSS 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan responden setuju bahwa efektivitas promosi, kualitas produk dan kualitas layanan baik. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa kualitas produk dan kualitas layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan dari penelitian adalah variabel kualitas produk dan kualitas layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *platform* shopee selama masa pandemi *covid-19* di Jakarta.

Kata Kunci : Efektivitas Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian





ABSTRACT

Andy William / 27199103 / 2022 / *The Influence of Promotion Effectiveness, Product Quality and Service Quality on Purchase Decisions on the Shopee E-commerce Platform During the Covid-19 Pandemic in Jakarta* / Tumpal Janji Raja Sitinjak, Ir., M.M.

The covid-19 pandemic that occurred in Indonesia had an impact on economic instability. With the current developments, it is easy to carry out economic activities using technology, almost everything that is needed, both primary and secondary, can be fulfilled with the help of online services during the current pandemic. Through mobile phones using electronic networks and e-commerce, it will be easier to buy needs and products. Data on the value of Shopee e-commerce transactions in 2017 before the covid-19 pandemic, with a transaction value of between 0-10 billion US\$ which continues to increase until 2021 with a value of 60-70 billion US\$. This proves that during the pandemic there was an increase in purchase transactions meanwhile during the covid-19 pandemic the household economy was experiencing a decline in income, based on this the purpose of this study was conducted to determine the effectiveness of promotions, product quality and service quality on purchasing decisions on the shopee platform during the covid-19 pandemic in Jakarta.

The variables in this study are divided into 2 types, namely the independent variable and the dependent variable. The independent variables in this study are promotion effectiveness, product quality, and service quality, while the dependent variable in this study is purchasing decisions.

The object of this research is the shopee platform. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who had purchased products on the Shopee platform during the Covid-19 pandemic (january 2020 to december 2022). The measuring instruments used in this study were validity test, reliability test, descriptive analysis, regression equation model estimation, classic assumption test, F test and t test. The tools used to analyze the data were SPSS 20.

The results of this study indicate that respondents agree that promotion, product quality and service quality are good. This study obtained the results that product quality and service quality proved to have a positive and significant effect on purchasing decisions.

The conclusion from the study is that the product quality and service quality variables have proven to have a positive and significant effect on purchasing decisions on the Shopee platform during the Covid-19 pandemic in Jakarta.

Keywords: Promotion Effectiveness, Product Quality, Service Quality, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada segala pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian baik berupa bimbingan, nasehat, dukungan, motivasi, bantuan serta saran. Penulis secara khusus ingin mengucapkan terima kasih kepada

1. Bapak Tumpal Janji Raja Sitinjak, Ir., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, perhatian dan pengarahan kepada penulis.
2. Seluruh dosen dan staf pengajar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan pengajaran dan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan.
3. Keluarga penulis yang memberikan dukungan penuh selama proses penyusunan skripsi.
4. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi yang dibutuhkan penulis.
5. Teman-teman yang turut serta membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan, Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan penelitian ini.





Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Jakarta, Februari 2023

Penulis

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.....	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	7
D. Batasan Penelitian.....	7
E. Rumusan Masalah	8
F. Tujuan Penelitian	8
Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teoritis.....	10
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Pemikiran.....	24
D. Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Objek Penelitian.....	28
B. Desain Penelitian	28





C. Variabel Penelitian.....	30
D. Teknik Sampling.....	32
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL ANASLISIS DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	40
B. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
C. Hasil Penelitian.....	49
D. Pembahasan	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menjiptip 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 1	21
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 2	21
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu 3	22
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu 4	22
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu 5	23
Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu 6	23
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel Independen	31
Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel Dependen	31
Tabel 3.3 Skala Likert Untuk Kuesioner	33
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Efektivitas Promosi (X1)	43
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)	44
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X3)	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.6 Skor Rata-Rata Efektivitas Promosi	49
Tabel 4.7 Skor Rata-Rata Kualitas Produk	51
Tabel 4.8 Skor Rata-Rata Kualitas Layanan	52
Tabel 4.9 Skor Rata-Rata Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolonieritas	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Kesesuaian Model	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Pengunjung E-commerce	2
Gambar 1.2	Nilai Transaksi E-commerce Shopee.....	3
Gambar 1.3	Promo Flash Sale	4
Gambar 1.4	Penilaian Kualitas Produk	5
Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian.....	18
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1	Logo	40
Gambar 4.2	Voucher Gratis Ongkir.....	41
Gambar 4.3	Cash On Delivery	41
Gambar 4.4	Cashback dan Voucher.....	42
Gambar 4.5	Shopee Koin dan Shopee Pay.....	42

© Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	65
Lampiran 2 Data Responden Kuesioner	69
Lampiran 3 Data Kuesioner Responden	71
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	82
Lampiran 5 Hasil Uji Skor Rata-Rata	85
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji t.....	87
Lampiran 7 Hasil Uji Kesesuaian Model	88
Lampiran 8 r tabel.....	89

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.