

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN EFEKTIVITAS  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
PRODUK MAINAN HK GROUP PADA MARKETPLACE SHOPEE**

Oleh:

Nama: **Hendy Kurniawan**

NIM: **70190202**

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis  
Konsentrasi Bisnis Internasional



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**Agustus 2023**

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

**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.



## PENGESAHAN

# PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN EFEKTIVITAS PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK MAINAN HK GROUP PADA *MARKETPLACE* SHOPEE

**Diajukan Oleh:**

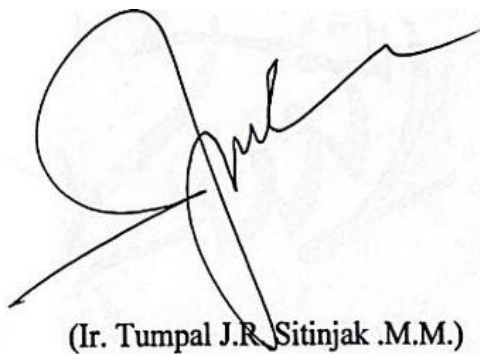
**Nama: Hendy Kurniawan**

**NIM: 70190202**

**Jakarta, 23 Agustus 2023**

**Disetujui Oleh:**

Pembimbing



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

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE  
JAKARTA 2023**

© Himpunan IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

- HK 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

Hendy Kurniawan/70190202/2023/Pengaruh Kualitas Layanan dan Efektivitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk HK Group pada Marketplace Shopee/ Pembimbing: Ir. Tumpal J.R. Sitinjak.M.M.

Kemajuan internet membuat seluruh masyarakat Indonesia mengalami perubahan cara berbelanja dari *offline* menjadi *online* karna adanya *marketplace* seperti Shopee. Shopee sendiri memiliki banyak pembeli dan penjual oleh karna itu sebagai penjual apabila ingin memiliki banyak pelanggan harus mementingkan aspek seperti efektivitas promosi dan kualitas layanan. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan dan Efektivitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk HK Group pada Marketplace Shopee.

Kualitas Layanan adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu jasa yang ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan tetapi tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Efektivitas Promosi adalah aktivitas menawarkan keunggulan produk atau jasa dengan cara yang efektif dan efisien dengan tujuan agar pelanggan melakukan pembelian. Keputusan pembelian adalah kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu untuk memilih alternatif yang sesuai dari dua atau lebih alternatif dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahap-tahap proses pengambilan keputusan.

Objek penelitian ini ialah produk mainan toko online HK Group di Marketplace Shopee. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling* dimana tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Populasi pada penelitian ini adalah orang yang pernah berbelanja di HK Group Shopee dan Sampel pada penelitian ini adalah 100 orang yang memenuhi persyaratan yang ada dan pernah berbelanja produk di toko online HK Group Shopee. Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini antara lain yaitu Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Skor rata-rata dan Selang Kepercayaan 95%, Estimasi Model Persamaan Regresi, Pemeriksaan Asumsi Klasik, Uji Kesesuaian Model (Uji F), dan Uji Hipotesis (Uji t)

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan dan Efektivitas Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Produk HK Group di Marketplace Shopee

Kesimpulan dan saran dari penelitian ini adalah hipotesis pertama dan hipotesis kedua dapat diterima lalu kualitas layanan dan efektivitas promosi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Saran yang bisa diberikan penulis yaitu diharapkan HK Group bisa memperbaiki pesan promosi broadcastingnya, bisa memberikan perhatian extra kepada konsumen yang memiliki keluhan dan memikirkan cara agar konsumen bisa membeli produk HK Group lebih dari satu kali.

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

## ABSTRACT

Hendy Kurniawan/70190202/2023/The Influence of Service Quality dan Promotion Effectiveness on the Product Purchase Decision HK Group in Shopee Marketplace/ Advisor: Ir. Tumpal J.R. Sitinjak.M.M.

The progress of the internet has made all Indonesian people experience a change in the way they shop from offline to online because of the existence of marketplace such as Shopee. Shopee itself has many buyers and sellers, therefore as a seller, if you want to have many customers, you must prioritize aspects such as promotion effectiveness and service quality. This study aims to determine the Effect of Service Quality and Promotion Effectiveness on the Product Purchase Decision in Shopee Marketplace Service

Quality is the totality of features and characteristics of a service offered to satisfy needs but is intangible and does not result in any ownership. Effectiveness Promotion is an activity that offers superior products / services in an effective and efficient way with the aim of getting customers to make purchases. Purchasing decisions are part of the consumer's final behavior or problem solving in making choices by choosing from two or more existing alternatives.

The object of this research is toys products online store HK Group in the Shopee Marketplace. The sampling technique used in this study is a non-probability sampling technique which does not provide equal opportunities or opportunities for each element or member of the population to be selected as a sample. The population in this study were people who had shopped at HK Group Shopee and the Sample in this study were 100 people who met the existing requirements and had shopped for products at the HK Group Shopee online store. The data analysis techniques used in this study include Validity Test, Reliability Test, Average Score and 95% Confidence Interval, Regression Equation Model Estimation, Classical Assumption Check, Model Suitability Test (F Test), and Hypothesis Test (t Test).

Based on the result of the study, it can be concluded that Service Quality and Promotion Effectiveness have a positive effect on Purchase Decisions for HK Group Products on the Shopee Marketplace

The conclusions and suggestions from this research are that the first hypothesis and second hypothesis can be accepted, then service quality and promotional effectiveness have a positive influence on purchasing decisions. The advice that the author can give is that is hoped that HK Group can improve its broadcast promotional messages, can give extra attention to consumers who have complaints and think of ways so that consumers can buy HK Group products more than once.

**Keyword:** Service Quality, Effectiveness Promotion, Purchasing Decision.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan pada kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala berkat, rahmat, dan kekuatan yang selalu diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Efektivitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk HK Group Pada *Marketplace* Shopee”.

Penelitian ini disusun dengan tujuan guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh kelulusan di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie School of Business.

Selama proses penyusunan dan penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak terkait, baik berupa bimbingan, saran, dukungan, maupun kritik.

Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Tumpal J.R. Sitinjak selaku dosen pembimbing penulis yang sabar dalam membimbing, memberikan saran, masukan, bantuan dan memberikan ilmu dasar untuk membantu saya dalam menyelesaikan skripsi.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan, serta kepada seluruh staf perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
3. Keluarga, terutama untuk Papa, Mama, yang telah mendoakan dan memotivasi penulis baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menyelesaikan skripsi tepat waktu.
4. Teman-teman terutama untuk Jodie, Echa, Willy, Franski, Jeremy, Okky, Metiw dan yang lain atas support yang telah diberikan selama penulisan skripsi.
5. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian proposal skripsi ini.



Akhir kata peneliti menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mohon maaf sebesar-besarnya apabila ada kesalahan kata-kata baik dari penyusunan laporan, penulisan, serta pembahasan. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi masyarakat dan berguna untuk menjadi referensi bagi mahasiswa lainnya

Jakarta, 29 Agustus 2023

Penulis

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 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 .....	1
ABSTRAK .....	3
ABSTRACT .....	4
KATA PENGANTAR .....	5
DAFTAR GAMBAR .....	9
DAFTAR TABEL .....	10
DAFTAR LAMPIRAN .....	11
BAB I PENDAHULUAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Identifikasi Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Batasan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Batasan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5 Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.6 Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.7 Manfaat penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Landasan Teori .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2 Kualitas Layanan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3 Efektivitas Promosi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5 E-Commerce .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.1 Hubungan Kualitas Layanan dengan Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.2 Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4 Hipotesis Penelitan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III METODE PENELITIAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Objek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Desain Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3 Populasi dan sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4 Lokasi Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>


 Hak cipta milik BIKK 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 BIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.





3.5 Variabel Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

3.6 Teknik Pengumpulan Data..... **Error! Bookmark not defined.**

3.7 Pengolahan data dan Analisis Data..... **Error! Bookmark not defined.**

**BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN ..... Error! Bookmark not defined.**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

4.2 Evaluasi Model Pengukuran dan Analisis Deskriptif ..... **Error! Bookmark not defined.**

    1. Uji Validitas..... **Error! Bookmark not defined.**

    2. Uji Reliabilitas ..... **Error! Bookmark not defined.**

    3. Rata-rata dan Selang Kepercayaan 95% untuk Rata-rata.....**Error! Bookmark not defined.**

4.3 Hasil Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

    1. Estimasi Model Persamaan Regresi..... **Error! Bookmark not defined.**

    2. Uji Asumsi Klasik..... **Error! Bookmark not defined.**

    3. Uji Kesesuaian Model (Uji F)..... **Error! Bookmark not defined.**

    4. Uji Hipotesis Penelitian (Uji t) ..... **Error! Bookmark not defined.**

4.4 Pembahasan ..... **Error! Bookmark not defined.**

    1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**

    2. Pengaruh Efektivitas Promosi terhadap Keputusan Pembelian..... **Error! Bookmark not defined.**

    3. Hasil pengujian koefisien determinasi ..... **Error! Bookmark not defined.**

**BAB V SIMPULAN DAN SARAN ..... Error! Bookmark not defined.**

5.1 Kesimpulan ..... **Error! Bookmark not defined.**

5.2 Saran ..... **Error! Bookmark not defined.**

**DAFTAR PUSTAKA..... Error! Bookmark not defined.**

**LAMPIRAN ..... Error! Bookmark not defined.**

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 GAMBAR

<p><b>Gambar 1.1</b></p>	<p>1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia.....</p>	<p>2</p>
<p><b>Gambar 1.2</b></p>	<p>1.2 <i>Chart</i> Pengguna <i>Marketplace</i> terbesar di Indonesia .....</p>	<p>3</p>
<p><b>Gambar 1.3</b></p>	<p>1.3 Produk HK Group di Shopee .....</p>	<p>6</p>
<p><b>Gambar 2.1</b></p>	<p>2.1 Diagram Kerangka Pemikiran .....</p>	<p>25</p>
<p><b>Gambar 4.1</b></p>	<p>4.1 HK Group Logo.....</p>	<p>42</p>

© Hak Cipta dan Hak Milik IBI KKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu 1 .....	20
Tabel 2.2	Tabel Penelitian Terdahulu 2 .....	21
Tabel 2.3	Tabel Penelitian Terdahulu 3 .....	21
Tabel 2.4	Tabel Penelitian Terdahulu 4 .....	22
Tabel 2.5	Tabel Penelitian Terdahulu 5 .....	23
Tabel 3.1	Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan .....	30
Tabel 3.2	Dimensi dan Indikator Promosi.....	31
Tabel 3.3	Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	32
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan.....	43
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Efektivitas Promosi .....	43
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	44
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan .....	45
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Efektivitas Promosi .....	45
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian .....	45
Tabel 4.7	Skor rata-rata dan Selang Kepercayaan 95% Kualitas Layanan .....	47
Tabel 4.8	Skor rata-rata dan Selang Kepercayaan 95% Efektivitas Promosi .....	47
Tabel 4.9	Skor rata-rata dan Selang Kepercayaan 95% Keputusan Pembelian .....	48
Tabel 4.10	Pemeriksaan Asumsi Klasik.....	49
Tabel 4.11	Nilai Sig untuk Uji Kesesuaian Model (Uji F).....	50
Tabel 4.12	Uji Hipotesis Penelitian (Uji t).....	50

© Hak Cipta dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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	Kuisisioner .....	59
Lampiran 2	Data Pra Kuisisioner .....	62
Lampiran 3	Data Kuisisioner.....	68
Lampiran 4	Hasil Output .....	83
	1. Uji Validitas.....	83
	a. Uji Validitas Kualitas Layanan .....	83
	b. Uji Validitas Efektivitas Promosi .....	83
	c. Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	84
	2. Uji Reliabilitas.....	84
	a. Uji Reliabilitas Kualitas Layanan.....	84
	b. Uji Reliabilitas Efektivitas Promosi .....	84
	c. Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	85
	3. Skor rata-rata dan Selang Kepercayaan 95% untuk rata-rata .....	85
	4. Pemeriksaan Asumsi Klasik .....	87
	a. Uji Normalitas .....	87
	b. Uji Heteroskedastisitas .....	87
	c. Uji Multikolinearitas .....	88
	5. Uji Kesesuaian Model (Uji F) .....	88
	6. Uji Hipotesis Penelitian (Uji t) .....	89

