

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE DI DKI JAKARTA

Disusun Oleh :

Nama : Albert

NIM : 79200087

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis

Konsentrasi Bisnis Digital



**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA
Februari 2024**

© 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.



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

Hak Cipta Ditindungi 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.

PENGESAHAN

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

Diajukan Oleh

Nama : Albert

NIM : 79200087

Jakarta, 28 Februari 2024

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

(Ir. Tumpa J.R. Sitingak, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2024



ABSTRAK

Albert / 79200087 / 2024 / Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Di DKI Jakarta / Pembimbing: Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

Seiring terjadinya kemajuan zaman, perkembangan teknologi dapat terjadi karena adanya inovasi dan kreativitas dari manusia, salah satunya dalam aspek ekonomi. Diketahui dari tingginya ketertarikan masyarakat dalam melakukan transaksi jual - beli secara *online*, hingga akhirnya muncul *platform* perdagangan elektronik atau yang sering disebut *e-commerce*. *E-Commerce* merupakan suatu kegiatan yang melibatkan dua pihak antara penjual dan pembeli secara tidak langsung sehingga terjadi transaksi dan dilakukan dengan menggunakan media elektronik yang dilengkapi dengan internet sehingga menjadi praktis dan mudah. Shopee merupakan *marketplace* dengan kunjungan terbanyak di Indonesia pada bulan Januari – September 2023. Shopee menawarkan berbagai produk untuk melengkapi kebutuhan manusia seperti perabotan rumah tangga, pakaian, sepatu, dan sebagainya.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori kualitas produk, promosi, dan keputusan pembelian. Terdapat dua jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel *independent* dan variabel *dependen*. Variabel *independent* terdiri dari kualitas produk dan promosi, sedangkan variabel *dependen* adalah keputusan pembelian.

Objek penelitian ini adalah produk di Shopee dan subjek penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian produk di Shopee lebih dari satu kali dalam tiga bulan terakhir dan berlokasi di DKI Jakarta. Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi komunikasi dengan menggunakan kuesioner melalui *Google Form* yang disebar di sosial media. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dan menggunakan metode *purposive sampling* dengan ukuran sampel sebanyak 125. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif, dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan software IBM Statistic SPSS 25.

Hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee di DKI Jakarta, sedangkan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee di DKI Jakarta.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk tidak terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee di DKI Jakarta, sedangkan promosi terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee di DKI Jakarta. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyarankan agar Shopee selalu melakukan pengecekan setiap toko yang bekerjasama dengan Shopee agar kualitas produk dapat tetap terjaga dengan baik dan meningkatkan promosi agar konsumen menjadi tertarik untuk melakukan pembelian suatu produk di Shopee.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

Albert 79200087 / 2024 / *The Influence of Product Quality and Promotion on Purchase Decision of Consumer in DKI Jakarta* / Supervisor: Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

Along with the times, technological developments can occur due to human innovation and creativity, one of the aspect is economic. It is known from the high interest from the public in conducting online buying and selling transactions, until an electronic trading platform emerged. E-Commerce involves two side between the sellers and buyers indirectly so that transactions occur and are carried out using electronic media equipped with the internet so that it becomes practical and easy. Shopee is the marketplace with the most visits in Indonesia in January - September 2023. Shopee offers a variety of products to complement human needs such as household furniture, clothing, shoes, and so on.

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

The object of this research is products on Shopee and the subjects of this research are consumers who have purchased products on Shopee more than one in the last three months and located in DKI Jakarta. The technique used to collect data in this research is a communication study using a questionnaire via Google Form which distributed on social media. The sampling technique used was non-probability sampling and used a purposive sampling method with a sample size of 125. The data analysis techniques used in this research are validity and reliability testing, descriptive analysis, and multiple linear regression analysis using IBM Statistics SPSS 25 software.

The results of data analysis in this research show that product quality does not have a positive effect on the purchasing decision of Shopee consumers in DKI Jakarta, while promotions have a positive effect on the purchasing decision of Shopee consumers in DKI Jakarta.

The conclusion of this research is that product quality is not proven to have a positive effect on purchasing decision of Shopee consumers in DKI Jakarta, while promotions are proven to have a positive effect on purchasing decision of Shopee consumers in DKI Jakarta. Based on the results of this research, researchers suggest that Shopee have to check every shops that collaborates with Shopee to maintained the product quality and increase promotions so consumers will be interested to purchase product at Shopee.

Keywords: Product Quality, Promotion and Purchase Decision.



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat yang diberikan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee di DKI Jakarta” dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat wajib yang harus ditempuh untuk menyelesaikan Program Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis Konsentrasi Bisnis Digital di Kwik Kian Gie School of Business.

Peneliti menyadari adanya hambatan, haluan maupun kesulitan yang dilalui selama proses penulisan skripsi ini, maka dari itu pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan saran, masukan, dan mengarahkan peneliti dalam penulisan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si., selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis di Kwik Kian Gie School of Business.
3. Seluruh dosen Kwik Kian Gie School of Business yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti hingga pada akhir studi kuliah.
4. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan doa dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.



5. Robbie Framon dan Rachel sebagai teman dekat peneliti yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan hiburan selama proses penyusunan skripsi ini.



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

6. Pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini.

Dalam penyusunan laporan ini, peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan yang harus diperbaiki. Oleh karena itu, peneliti juga memohon maaf apabila ada penulisan kata yang salah atau terdapat kata – kata yang kurang berkenan dalam penulisan skripsi ini. Peneliti juga berharap dengan adanya skripsi ini dapat membantu untuk menambah wawasan dan pengetahuan sehingga dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, 23 Januari 2024

Peneliti,

Albert

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	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Batasan Penelitian.....	9
1.5 Rumusan Masalah.....	10
1.6 Tujuan Penelitian	10
1.7 Manfaat Penelitian	10
Bab II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Produk.....	12
a. Pengertian Produk	12
b. Atribut Produk	13
2.1.2 Kualitas Produk	15
a. Pengertian Kualitas Produk	15
b. Dimensi Kualitas Produk.....	16
2.1.3 Promosi	18
a. Pengertian Promosi.....	18
b. Tujuan Promosi	19
c. Dimensi Promosi	19
2.1.4 Keputusan Pembelian	21
a. Pengertian Keputusan Pembelian	21
b. Proses Keputusan Pembelian.....	23



c. Dimensi Keputusan Pembelian	24
--------------------------------------	----

2.2 Penelitian Terdahulu	27
--------------------------------	----

2.3 Kerangka Pemikiran	31
------------------------------	----

2.4 Hipotesis Penelitian	33
--------------------------------	----

Bab III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	34
---------------------------	----

3.2 Desain Penelitian	34
-----------------------------	----

3.2.1 Tingkat Perumusan Masalah.....	34
--------------------------------------	----

3.2.2 Metode Pengumpulan Data.....	35
------------------------------------	----

3.2.3 Kontrol Peneliti Terhadap Variabel.....	35
---	----

3.2.4 Tujuan Penelitian	35
-------------------------------	----

3.2.5 Dimensi Waktu	36
---------------------------	----

3.2.6 Ruang Lingkup Topik Bahasan	36
---	----

3.2.7 Lingkungan Penelitian	36
-----------------------------------	----

3.2.8 Kesadaran Persepsi Partisipan	36
---	----

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	37
--	----

3.3.1 Populasi Penelitian	37
---------------------------------	----

3.3.2 Sampel Penelitian	37
-------------------------------	----

3.4 Lokasi Penelitian	38
-----------------------------	----

3.5 Variabel Penelitian	39
-------------------------------	----

3.5.1 Kualitas Produk.....	39
----------------------------	----

3.5.2 Promosi	40
---------------------	----

3.5.3 Keputusan Pembelian	41
---------------------------------	----

3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	42
----------------------------------	----

3.7 Pengolahan Data dan Analisis Data	43
---	----

3.7.1 Uji Instrumen	43
---------------------------	----

a. Uji Validitas.....	43
-----------------------	----

b. Uji Reliabilitas.....	44
--------------------------	----

3.7.2 Analisis Deskriptif	44
---------------------------------	----

a. Perhitungan Rata – Rata	44
----------------------------------	----

b. Selang Kepercayaan 95%	45
---------------------------------	----

c. Rentang Skala.....	45
-----------------------	----

3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda	46
--	----

a. Model Persamaan Regresi	46
----------------------------------	----



b. Uji Asumsi Klasik	46
c. Uji Kesesuaian Model (Uji F)	48
d. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)	48
e. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	49

Bab IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	51
4.2 Hasil Penelitian	54
4.2.1 Uji Instrumen	54
a. Uji Validitas	54
b. Uji Reliabilitas	56
4.2.2 Analisis Deskriptif	57
a. Analisis Karakteristik Responden	57
b. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	59
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda	63
a. Estimasi Persamaan Analisis Linear Berganda	63
b. Uji Asumsi Klasik	64
c. Uji Kesesuaian Model (Uji F) dan Koefisien Determinasi	65
d. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)	65
4.3 Pembahasan	66

Bab V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	70

DAFTAR PUSTAKA	72
----------------------	----

LAMPIRAN	75
----------------	----

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 TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 1.....	27
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 2	27
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu 3.....	28
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu 4.....	28
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu 5.....	29
Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu 6.....	29
Tabel 2.7 Penelitian Terdahulu 7.....	30
Tabel 2.8 Penelitian Terdahulu 8.....	30
Tabel 3.1 Pengukuran Variabel Kualitas Produk	39
Tabel 3.2 Pengukuran Variabel Promosi.....	40
Tabel 3.3 Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian	41
Tabel 3.4 Skala <i>Likert</i>	43
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	55
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Promosi.....	55
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	56
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.5 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.6 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.7 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	58
Tabel 4.8 Analisis Rata – Rata dan Selang Kepercayaan 95% Kualitas Produk.....	59
Tabel 4.9 Analisis Rata – Rata dan Selang Kepercayaan 95% Promosi	61
Tabel 4.10 Analisis Rata – Rata dan Selang Kepercayaan 95% Keputusan Pembelian ...	62
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	64



Tabel 4.13 Hasil Pengujian Kesesuaian Model (Uji F) dan Koefisien Determinasi65

Tabel 4.14 Hasil Uji t65

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 Gie



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengunjung Situs E-Commerce (Januari – September 2023).....	5
Gambar 1.2 Alasan Konsumen Membeli Kebutuhan Secara Online	6
Gambar 1.3 Ragam Promosi yang Paling Menarik Bagi Konsumen Saat Harbolnas	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1 Logo Shopee	51

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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	75
Lampiran 2: Data Kuesioner (N=30).....	78
Lampiran 3: Data Kuesioner (N=125).....	80
Lampiran 4: Data Profil Responden	89
Lampiran 5: Hasil Output Profil Responden	95
Lampiran 6: Hasil Output Uji Validitas dan Reliabilitas	96
Lampiran 7: Hasil Output Analisis Variabel	98
Lampiran 8: Hasil Output Uji Asumsi Klasik	99
Lampiran 9: Hasil Output Uji Analisis Regresi Linear Berganda	100

© Hak Cipta Milik Iain Kwik Kian Gie (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.