



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS
PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA PENGGUNA *E-
COMMERCE* LAZADA DI DKI JAKARTA)**

SKRIPSI

RAFIANSYAH 1810111100

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS
PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA PENGGUNA *E-
COMMERCE* LAZADA DI DKI JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

RAFIANSYAH 1810111100

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Rafiansyah

NIM : 18101110100

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Juni 2022

Yang Menyatakan,



Rafiansyah

PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rafiansyah
NIM : 1810111100
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen Program Sarjana
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada pengguna E-commerce Lazada di DKI Jakarta

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta
Pada Tanggal: Juni 2021
Yang Menyatakan,


Rafiansyah


SKRIPSI


PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA PENGGUNA E-COMMERCE LAZADA DI DKI JAKARTA)


Dipersiapkan dan disusun oleh:

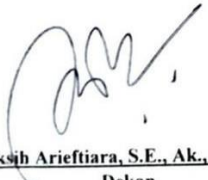
Rafiansyah 181011100


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 1 Juli 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima


Drs. Nobelson, MM, CPM.
Ketua Penguji


Rosali, SE, MM.
Penguji I


Dr. Diana Triwardhani, SE, MM, CPM.
Penguji II (Pembimbing)


Dr. Dianwicakasih Ariefiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS.
Dekan


Siti Hidayati, S.E., MM.
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 8 Juli 2022

Scanned by TapScanner

SKRIPSI

***The Effect Of Sales Promotion, Service Quality, And Price On Purchase
Decisions (Case Study On Lazada E-Commerce Users In Dki Jakarta
By Rafiansyah***

Abstract

This research model is quantitative research with the aim of knowing and proving the effect of Sales Promotion, Service Quality and Price on Purchase Decisions Case Study on Lazada E-Commerce Users in DKI Jakarta. This study uses the people of DKI Jakarta as a sample and the number of samples used is 100 respondents with the Non-Probability Sampling method with side purposive type. The data collection technique uses a questionnaire using the Google Form Platform. The test tool used is Partial Least Square (PLS) as a test tool. The tests used in this research are statistical T test, R test and Q test. The results of this study are Sales Promotion and Service Quality have a positive and significant influence on Purchase Decisions while Price has no and insignificant effect on Purchase Decisions on e-commerce Lazada..

Keyword: *Sales Promotion, Service Quality, Price, Purchase Decisions*

**Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap
Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna *E-Commerce* Lazada Di**

DKI Jakarta

Oleh Rafiansyah

Abstrak

Model penelitian ini ialah riset kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Lazada Di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan masyarakat DKI Jakarta sebagai sampel dan jumlah sampel yang dipakai ialah 100 responden dengan metode Non-Probability Sampling dengan jenis Purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan menggunakan *Platform Google Form*. Alat uji yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS) sebagai alat uji. Pengujian yang dipakai riset ini ialah uji T Statistik, Uji R dan uji Q. Hasil penelitian ini adalah Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada Keputusan Pembelian sedangkan Harga tidak mempunyai pengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Lazada.

Kata Kunci: Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat: Jl. RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859, Fax 7692856
Homepage: <http://www.upnvj.ac.id> Email: puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2021/2022

Hari ini Jumat, tanggal 01 Juli 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Rafiansyah

No. Pokok Mahasiswa : 1810111100

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Lazada Di DKI Jakarta)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Nobelson, MM	Ketua	1.
2	Rosali, SE, MM	Anggota I	2.
3	Diana Triwardhani, SE, MM	Anggota II (**)	3.

Keterangan

- *) Coret yang tidak perlu
- **) Dosen Pembimbing

Jakarta, 01 Juli 2022
Mengesahkan
A. DEKAN
Kaprod. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, melalui nikmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Label BPOM, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Shopee WAW.idn” tanpa adanya kendala berarti.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara ,SE.,Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Ibu Siti Hidayati SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan Ibu Diana Triwardhani, SE., MM., CPM selaku Dosen Pembimbing , dan Ibu Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang bermanfaat bagi keberlanjutan penulisan karya tulis ini. Di samping itu, penulis juga berterima kasih kepada orang tua, saudara, dan teman-teman yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.

Di samping itu, penulis juga berterimakasih kepada orang tua, saudara, teman-teman, dan pendukung lainnya yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan penulisan.

Penulis mohon maaf atas segala kekeliruan yang sangat mungkin terjadi pada penulisan skripsi ini. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan seluruh pembaca.

Jakarta, Juli 2022

Rafiansyah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2. Perumusan Masalah	8
I.3. Tujuan Penelitian	9
I.4. Manfaat Hasil Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
II.1. Landasan Teori	10
II.1.1. Manajemen Pemasaran	10
II.1.2. Perilaku Konsumen	11
II.1.3. Keputusan Pembelian	12

II.1.3.1. Definisi Keputusan Pembelian	12
II.1.3.2. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	12
II.1.3.3. Proses Keputusan Pembelian.....	13
II.1.3.4. Indikator Keputusan Pembelian	14
II.1.4. Promosi Penjualan	14
II.1.4.1. Promosi Penjualan	14
II.1.4.2. Tujuan Promosi Penjualan.....	15
II.1.4.3. Strategi Promosi Penjualan.....	16
II.1.4.4. Indikator Harga.....	16
II.1.5. Harga	17
II.1.5.1. Tujuan Penetapan Harga.....	17
II.1.5.2. Strategi Penetapan Harga	17
II.1.6. Citra Merek.....	18
II.1.6.1. Definisi Citra Merek.....	18
II.1.6.2. Manfaat Citra Merek	18
II.1.6.3. Indikator Citra Merek	19
II.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	21
II.3. Model Penelitian Empiris	30
II.3.1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	30
II.3.2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian	31
II.3.3. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	31
II.4. Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
III.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
III.1.1. Definisi Operasional.....	33

III.1.2. Pengukuran Variabel.....	34
III.2. Penentuan Populasi dan Sampel.....	36
III.2.1. Populasi.....	36
III.2.2. Sampel.....	36
III.3. Teknik Pengumpulan Data.....	37
III.3.1. Jenis Data	37
III.3.2. Sumber Data.....	38
III.3.3. Pengumpulan Data	38
III.4. Teknik Analisis Data.....	39
III.4.1. Teknik Analisis Data Deskriptif.....	40
III.4.2. Teknik Analisis Data Inferensial.....	40
III.4.3. Uji Instrumen	45
III.4.3.1. Uji Validitas	45
III.4.3.2. Uji Reliabilitas	46
III.4.4. Uji Hipotesis	48
III.4.4.1. Uji <i>R square</i> (koefisien determinan).....	48
III.4.4.1. Uji <i>Q square</i> (Q^2).....	48
III.4.4.3. Uji T (Uji Parsial).....	48
III.4.5. Kerangka Pemikiran.....	49
BAB IV PEMBAHASAN.....	50
IV.1. Deskripsi Objek Penelitian	50
IV.1.1 Profil Perusahaan Lazada.....	50
IV.2. Deskripsi Data Penelitian.....	51
IV.2.1. Deskripsi Data Responden.....	51
IV.2.2 Analisis Data Deskriptif.....	54

IV.3. Uji Hipotesis dan Analisis	57
IV.3.1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	58
IV.3.1.1. Uji Validitas Konvergen	59
IV.3.1.2. Uji Validitas Diskriminan	61
IV.3.1.3. Uji Reliabilitas	63
IV.3.2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	64
IV.3.2.1. Uji R Square.....	64
IV.3.2.2. Uji T-Square.....	65
IV.3.2.3. Uji Q-Square	66
IV.4. Pembahasan.....	67
IV.4.1 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazada di Jakarta Selatan	67
IV.4.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazada di Jakarta Selatan	68
IV.4.3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazada di Jakarta Selatan.....	69
IV.5 Keterbatasan Penelitian.....	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	71
V.1. Kesimpulan	71
V.2. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
RIWAYAT HIDUP	77
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya	26
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	34
Tabel 3. Skala Likert.....	39
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen.....	39
Tabe 5. Bobot Penilaian Berdasarkan Skala Likert.....	46
Tabel 6. Nilai Persentase Responden	47
Tabel 7. Kategori Realilitas Nilai Alpha.....	50
Tabel 8. Kriteria responden berdasarkan jenis kelamin.....	52
Tabel 9. Kriteria responden didasarkan pada usia	52
Tabel 10. Kriteria responden didasarkan pada pekerjaannya.....	53
Tabel 11. Kriteria responden didasarkan penggunaan aplikasi.....	53
Tabel 12. hasil indeks tanggapan responden terhadap keputusan pembelian	58
Tabel 13. hasil indeks tanggapan responden terhadap harga	59
Tabel 14. hasil indeks tanggapan responden terhadap keamanan.....	59
Tabel 15. hasil indeks tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan	59
Tabel 16. Loading Factor	59
Tabel 17. AVE (<i>Average Variance Extracted</i>)	61
Tabel 18. Cross Loading	61
Tabel 19 Hasil Nilai Cronbach Alpha dan Composite Realibility.....	63
Tabel 20 Nilai R Square.....	64
Tabel 21 Hasil Uji T-Square	65
Tabel 22 Hasil Uji Q-Square.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data kunjungan <i>ecommerce</i> di Indonesia.....	1
Gambar 2 Data kunjungan Lazada.....	3
Gambar 3 Ulasan Lazada di Apple Store.....	4
Gambar 4 Model Penelitian	32
Gambar 5 Langkah-langkah PLS	41
Gambar 6 Kerangka Model Penelitian.....	43
Gambar 7 Outer Model Penelitian	58
Gambar 8 Inner Model	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2 Data Kuesioner 100 Responden	81
Lampiran 3 Hasil Analisis Deskriptif	90
Lampiran 4 Model Pengukuran (Outer Loading).....	91
Lampiran 5 Hasil Output PLS.....	92