



**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PENGGUNA SHOPEE**

SKRIPSI

MARCO NAPITUPULU 1810111182

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

MARCO MANGGORA **PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA MERK TERHADAP
JEREMY NAPITUPULU**
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA SHOPEE
N 1810111182



**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PENGGUNA SHOPEE**

SKRIPSI

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

MARCO MANGGORA JEREMY NAPITUPULU 1810111182

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

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Marco Manggora Jeremy Napitupulu

NIM : 1810111182

Bilaman di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia di tuntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Jakarta, 21 Juni 2022

Yang Menyatakan,



PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Marco Manggora Jeremy Napitupulu
NIM : 18101111182
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangun Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemiliki hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 22 Juni 2022



(Marco Napitupulu)

SKRIPSI
PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PENGGUNA SHOPEE

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Marco Manggora Jeremy Napitupulu 1810111182

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 30 Juni 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Drs. Nobelson, M.M.
Ketua Penguji



Dienni Ruhijatni, S.E., M.M.
Penguji I



Jenji Gunadi Argo, SE, MM.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicaksih Arieftiara, S.E, Ak., M.Ak., CA., CSRS.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Siti Hidayati, S.E., M.M.
Ketua Program Studi Manajemen
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 14 Juli 2022



Dipindai dengan CamScanner

The Effect Of Promotion, Quality Of Service, And Brand Image On Purchase Decisions On Shopee Users

By Marco Napitupulu

Abstract

This study is a quantitative study and aims to determine the influence of promotion, service quality, and their image on the purchasing decisions of Shoppe users in the DKI Jakarta area. The population in this study are Shopee application users in the DKI Jakarta area with the criteria of having made a purchase more than twice in the last six months. Sampling using non-probability sampling method with purposive sampling technique, with a total sample of 100 respondents. The data analysis technique was carried out by descriptive and inferential analysis with Partial Least Square (PLS) stone tools. The results of this study indicate that the promotion variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, and brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions. The results of the calculation of the coefficient of determination are 0.729. This shows that promotion, service quality, and brand image affect the purchasing decisions of Shopee users by 72.9% and the remaining 26.1% is influenced by other variables such as price, product quality and others.

Keywords : Purchase Decision, Promotion, Service Quality, Brand Image

Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee

Oleh Marco Napitupulu

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari promosi, kualitas pelayanan, dan citra mereka terhadap keputusan pembelian pengguna Shoppe di wilayah DKI Jakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Shopee di wilayah DKI jakarta dengan kriteria pernah melakukan pembelian lebih dari dua kali dalam kurun waktu enam bulan terakhir. Pengambilan sampel menggunakan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif dan inferensial dengan alat batu Partial Least Square (PLS). Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil dari perhitungan koefisien determinan sebesar 0.729. Hal ini menunjukkan bahwa promosi, kualitas pelayanan, dan citra merek mempengaruhi keputusan pembelian pengguna Shopee sebesar 72.9% dan sisanya 26.1% dipengaruhi oleh variabel lain seperti harga, kualitas produk dan lain-lain.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Promosi, Kualitas Pelayanan, Citra Merek



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 Kamis , tanggal 30 Juni 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Marco Manggora Jeremy Napitupulu

No.Pokok Mahasiswa : 1810111182

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Pengaji

No	Dosen Pengaji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Nobelson, MM	Ketua	1.
2	Dienni Rujiatini Sholihah, S.E., M.M.	Anggota I	2.
3	Jenji Gunaedi Argo, SE, MM	Anggota II **)	3.

Jakarta, 30 Juni 2022

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1

Siti Hidayah, SE, MM.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing



Dipindai dengan CamScanner

PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan YME atas segala karunia dan rahmat sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee” berhasil diselesaikan.

Dengan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Dianwicaksih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, kepada Ibu Dr. Desmintari, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen, serta Ibu Siti Hidayati, SE . M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Selanjutnya peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yakni Bapak Jenji Gunaedi Argo, SE. MM yang telah memberikan arahan dan saran-saran bermanfaat untuk skripsi ini, tidak lupa peneliti ucapan terima kasih kepada seluruh dosen yang telah memberikan bimbingan dan bantuan akademik selama masa kuliah.

Peneliti mengucapkan banyak rasa terima kasih kepada keluarga tersayang yakni Bapak Josep, Ibu Conny, dan adik saya Theresia atas dukungan selama masa pendidikan. Selain itu peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh teman-teman, baik yang berada di lingkungan UPNVJ maupun di luar yang tidak dapat ditulis satu persatu yang telah memberikan saran dalam skripsi ini.

Akhir kata peneliti mengucapkan maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat ketidak sempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Jakarta, 22 Juni 2022

Marco Napitupulu

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN.....	v
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK.....	viii
LEMBAR BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah.....	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	5
I.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
II.1 Landasan Teori	7
II.1.1 Manajemen Pemasaran	7
II.1.2 Keputusan Pembelian	7
II.1.3 Promosi	10
II.1.4 Kualitas Pelayanan	12
II.1.5 Citra Merek	13
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	15
II.3 Model Penelitian Empiris.....	20
II.3.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
II.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	21
II.3.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	21

II.4	Uji Hipotesis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	24	
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	24
III.1.1	Definisi Operasional	24
III.1.2	Pengukuran Variabel.....	24
III.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	26
III.2.1	Populasi.....	26
III.2.2	Sampel.....	26
III.3	Teknik Pengumpulan Data.....	27
III.3.1	Jenis Data	27
III.3.2	Sumber Data.....	27
III.3.3	Pengumpulan Data.....	27
III.4	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	29
III.4.1	Analisis Deskriptif.....	29
III.4.2	Analisis Inferensial	30
III.4.3	Uji Hipotesis.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36	
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	36
IV.2	Analisis Deskriptif	37
IV.2.1	Deskripsi Data Responden	37
IV.2.2	Analisis Data Deskripsi.....	41
IV.3	Analisis Inferensial	44
IV.3.1	Uji Validitas	45
IV.3.2	Uji Reliabilitas.....	47
IV.3.3	Uji R Square	48
IV.4	Uji Hipotesis.....	49
IV.4.1	Hasil uji pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian	50
IV.4.2	Hasil uji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian	50
IV.4.3	Hasil uji pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.....	50
IV.5	Pembahasan.....	51
IV.5.1	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
IV.5.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	52

IV.5.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	52
IV.6 Keterbatasan Penelitian.....	53
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	55
V.1 Simpulan	55
V.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA.....	57
RIWAYAT HIDUP	59
LAMPIRAN	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Top Brand Index 2018-2021 Kategori Situs Jual Beli Online	2
Gambar. 2 Model Penelitian Empiris.....	20
Gambar 3. Langkah-langkah PLS.....	30
Gambar 4. Inner Model.....	31
Gambar 5. Outer Model	32
Gambar 6. Diagram Jalur	32
Gambar 7. Logo Shopee.....	36
Gambar 8. Jenis Kelamin Responden	37
Gambar 9. Usia Responden	38
Gambar 10. Domisili Responden.....	39
Gambar 11. Jenis Pekerjaan Responden	40
Gambar 12. Outer model.....	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Jumlah Kunjungan Tahunan E-commerce Tahun 2018-2021	2
Tabel 2.	Matriks Hasil Penelitian Sebelumnya	18
Tabel 3.	Pengukuran Variabel Penelitian.....	25
Tabel 4.	Bobot Penilaian Skala Likert	28
Tabel 5.	Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	28
Tabel 6.	<i>Guideline for Identifying Significance Factor Loading</i>	29
Tabel 7.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	38
Tabel 8.	Karakteristik Berdasarkan Usia	39
Tabel 9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	40
Tabel 10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	41
Tabel 11.	Loading factor Keputusan Pembelian	41
Tabel 12.	Loading factor Promosi	42
Tabel 13.	Loading factor Kualitas Pelayanan	43
Tabel 14.	Loading factor Citra Merek	43
Tabel 15.	Hasil Loading Factor Seluruh Variabel	45
Tabel 16.	Nilai AVE	46
Tabel 17.	Hasil Uji Fornell Lacker Criterium	47
Tabel 18.	Hasil Cronbach's Alpha.....	47
Tabel 19.	Hasil <i>Composite Reliability</i>	48
Tabel 20.	Hasil Uji R Square.....	48
Tabel 21.	Hasil Nilai original sampel, t statistics, dan p values	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Penelitian Sebelumnya	62
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	65
Lampiran 3 Data Kuesioner 100 Responden.....	70
Lampiran 4 Hasil Deskripsi Data Responden	82
Lampiran 5 Hasil Deskripsi Data Penelitian	83
Lampiran 6 Hasil Output Outer Models SmartPLS.....	85
Lampiran 7 Hasil Pengolahan Model SmartPLS.....	86
Lampiran 8 T-Tabel	88