



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS  
LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI PADA E-COMMERCE SHOPEE DI DKI-JAKARTA)**

**SKRIPSI**

**FAUZAN AKHYAR 1910111158**

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

**2022**



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS  
LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI PADA E-COMMERCE SHOPEE DI DKI-JAKARTA)**

**SKRIPSI**

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

**FAUZAN AKHYAR 1910111158**

**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 : Fauzan Akhyar

NIM. : 1910111158

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

Jakarta, 8 Desember 2022

Yang menyatakan,

  
METERAI  
TEMPEL 10,-  
1EQAKX096492599  
(Fauzan Akhyar)

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Fauzan Akhyar  
NIM : 1910111158  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Prodi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

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

### **Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada E-Commerce Shopee Di Dki-Jakarta)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan 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 pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 6 Desember 2022

Yang menyatakan,

  
  
(Fauzan Akhyar)

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI PADA E-COMMERCE SHOPEE DI DKI-JAKARTA)

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

Fauzan Akhyar 1910111158

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 27 Desember 2022  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Dr. Prasetvo Hadi, SE., MM., CFMP  
Ketua Penguji

Dra. Heni Nastiti, MM  
Penguji I

  
Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.  
Penguji II (Pembimbing)  
Dr. Dianwicakasih Ariefiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS  
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis  
Siti Hidayati, SE, MM  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 27 Desember 2022

***The Effect of Sales Promotion and Service Quality on Purchasing Decisions  
(Study on E-Commerce Shopee in DKI-Jakarta)***

**By Fauzan Akhyar**

***Abstract***

*This thesis aims to examine the effect of sales promotion and service quality on consumer purchasing decisions in e-commerce Shopee. This study uses a quantitative method using SmartPLS. The number of samples in this study were 100 respondents. Respondent requirements in this study are Shopee users with a minimum of 2 shopping times. Determination of the sample using purposive sampling technique by setting the criteria first. Data collection techniques by giving questionnaires to respondents. In proving and analyzing this, validity and reliability tests, R-Square tests, Q-Square tests, and the effect coefficient values are used by the original sample through the path analysis test (path coefficient) and finally through the t-statistic test. Through testing the validity and reliability of the data it can be said to be valid and reliable. Based on the results of the Q-Square test stated that the model has a relevant predictive value. The results of the data analysis showed that the sales promotion variable had a negative and insignificant -0.076 effect, while the service quality variable had a positive and significant effect of -0.721 on purchasing decisions. The R square results in this study show that the contribution of the sales promotion and service quality variables together is 52.90% while the remaining 47.10% is influenced by other variables outside this research model, such as price, shopping experience, customer trust, brand image, and so forth.*

*Keywords: Sales Promotion, Service Quality, Purchase Decision, Shopee*

# **Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian**

**(Studi Pada E-Commerce Shopee di DKI-Jakarta)**

**Oleh Fauzan Akhyar**

## **Abstrak**

Skripsi ini bertujuan untuk menguji pengaruh promosi penjualan dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen di *e-commerce* Shopee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan SmartPLS. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Syarat responden dalam penelitian ini merupakan pengguna Shopee dengan minimal berbelanja sebanyak 2 kali. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menetapkan kriteria terlebih dahulu. Teknik pengumpulan data dengan memberi kuesioner pada responden. Dalam membuktikan dan menganalisis hal tersebut, maka digunakan uji validitas dan reliabilitas, uji *R-Square*, uji *Q-Square*, serta nilai koefisien pengaruh ditunjukkan oleh original sample melalui uji analisis jalur (*path coefficient*) dan terakhir melalui uji *t-statistic*. Melalui uji validitas dan reliabilitas data dapat dikatakan valid dan reliable. Berdasarkan hasil uji *Q-Square* menyatakan bahwa model memiliki nilai predictive relevan. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel promosi penjualan berpengaruh sebesar -0,076 negatif dan tidak signifikan, sedangkan variabel kualitas layanan berpengaruh sebesar 0,721 positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil *R square* pada penelitian ini menunjukkan kontribusi secara bersama sama variabel promosi penjualan dan kualitas layanan sebesar 52,90% sedangkan sisanya sebesar 47,10% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini, seperti harga, pengalaman berbelanja, kepercayaan pelanggan, *brand image*, dan lain sebagainya

Kata Kunci: Promosi Penjualan, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian, Shopee



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](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Selasa, tanggal 27 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Fauzan Akhyar

No.Pokok Mahasiswa : 1910111158


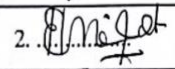
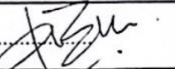
Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada E-Commerce Shopee Di DKI-Jakarta)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus \**

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP	Ketua	1. .... 
2	Dra. Heni Nastiti, MM	Anggota I	2. .... 
3	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.	Anggota II (**)	3. .... 

Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

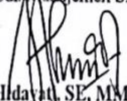
\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 27 Desember 2022

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1

  
Siti Hidayat, SE, MM.



## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia ilmu pengetahuan yang dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada E-Commerce Shopee)**”. Pada penelitian ini merupakan bagian daripada proses kehidupan yang ditujukan untuk memenuhi kewajiban seorang mahasiswa yaitu Skripsi. Skripsi yang disusun berdasarkan proposal ini akan berjudul seperti yang disebutkan diatas.

Sebelum kepada topik inti daripada proposal ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Ariefiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Dr. Desmintari, SE, MM selaku Kepala Jurusan Manajemen, Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen UPN Veteran Jakarta dan Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah, SE, MM selaku dosen pembimbing yang selalu senantiasa sabar dalam memberikan bimbingan, arahan, dan karunia ilmu pengetahuan selama periode penyusunan proposal skripsi ini.

Selain daripada itu yang menjadi utama penulis ucapkan terima kasih kepada Ibu Maemunah dan Bapak Irman Nasution selaku orang tua tercinta dan Astari Utami sebagai kakak yang mendorong, memotivasi, dan membantu dalam menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini. Serta teman-teman yang turut memberikan dukungan serta support yang tak terhingga.

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI .....	iv
PENGESAHAN .....	v
Abstract .....	vi
Abstrak .....	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	12
I.3 Tujuan Penelitian .....	12
I.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	12
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA .....	14
II.1 Landasan Teori .....	14
II.1.1 Manajemen Pemasaran .....	14
II.1.1.1 Tujuan, Manfaat, dan Fungsi Pemasaran .....	15
II.1.2 Keputusan Pembelian .....	16
II.1.2.1 Dimensi Keputusan Pembelian .....	17
II.1.2.2 Indikator Keputusan Pembelian .....	17
II.1.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	17
II.1.3 Promosi Penjualan .....	18
II.1.3.1 Dimensi Promosi Penjualan .....	20
II.1.3.2 Indikator Promosi Penjualan .....	20
II.1.4 Kualitas Layanan .....	21
II.1.4.1 Dimensi Kualitas Layanan .....	22

II.1.4.2 Indikator Kualitas Layanan .....	22
II.2 Hasil Penelitian Terdahulu .....	23
II.3 Model Penelitian.....	35
II.3.1 Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian .....	35
II.3.2 Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
II.3.3 Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
II.4 Hipotesis .....	37
BAB III .....	38
METODOLOGI PENELITIAN.....	38
III.1. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel .....	38
III.1.1 Definisi Operasional Variabel.....	38
III.2 Penetapan Data Populasi dan Sampel .....	40
III.2.1 Populasi .....	40
III.2.2 Sampel.....	40
III.3 Teknik Pengumpulan Data.....	41
III.3.1 Jenis Data .....	41
III.3.2 Sumber Data.....	42
III.3.3 Pengumpulan Data .....	42
III.4 Teknik Analisa Data.....	45
III.4.1 Teknik Analisa Deskriptif.....	45
III.4.2 Analisis Infrensial .....	46
III.4.3 Uji <i>Measurement Outer Model</i> (Outer Model).....	48
III.4.5 Uji Hipotesis .....	51
BAB IV .....	53
HASIL PENELITIAN.....	53
IV.2 Deskripsi Data Penelitian.....	54
IV.2.1 Deskripsi Data Karakteristik Responden .....	54
IV.4.2 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	69
IV.4.3 Uji Hipotesis .....	71
IV.4.4 Pembahasan .....	72
BAB V.....	78
SIMPULAN DAN SARAN .....	78
V.1 Kesimpulan .....	78
V.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	81

RIWAYAT HIDUP..... 81

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 2. Pengukuran Variabel Penelitian.....	39
Tabel 3. Pilihan Jawaban Skala Likert.....	42
Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	43
Tabel 5. Interpretasi Nilai Indeks.....	46
Tabel 6 Karakteristik Responden Shopee Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 7 Karakteristik Responden Shopee Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 8 Karakteristik Responden Shopee Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal.....	57
Tabel 9 Karakteristik Responden Shopee Berdasarkan Pendapatan.....	58
Tabel 10 Interpretasi <i>Loading Factor</i> Menurut <i>Three Box Method</i> .....	60
Tabel 11 Indeks Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 12 Indeks Jawaban Responden Terhadap Promosi Penjualan.....	61
Tabel 13 Indeks Jawaban Responden Terhadap Kualitas Layanan.....	62
Tabel 14 Hasil Loading Outer Factor.....	64
Tabel 15 Hasil Uji Validitas Konvergen (Convergen Validity).....	65
Tabel 16 Hasil Uji Konvergen menggunakan AVE.....	66
Tabel 17 Hasil Uji Diskriminan menggunakan Fornell Lacker Criterium.....	67
Tabel 18 Uji Composite Reliability.....	68
Tabel 19 Uji Alpha Cronbach.....	69
Tabel 20 Nilai R-Square.....	70
Tabel 21 Nilai Q-Square.....	70
Tabel 22 Hasil Nilai Uji t.....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Statistik Pengguna E-Commerce di Dunia .....	3
Gambar 2 Data Penjualan Shopee Tahun 2022.....	5
Gambar 3. Data Statistik Pengguna E-Commerce Terbanyak di Indonesia .....	9
Gambar 4 Laporan Terbaru eIQ Lanskap E-commerce di Indonesia dari Perspektif Konsumen .....	10
Gambar 5. Error pada aplikasi shopee .....	11
Gambar 6. Model Penelitian Empiris .....	37
Gambar 7. Konstruksi Diagram Jalur Penelitian.....	47
Gambar 8 Logo E-commerce Shopee .....	53
Gambar 9 Karakteristik Responden Penelitian Menurut Umur .....	55
Gambar 10 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Domisili .....	58
Gambar 11 Karakteristik Responden Penelitian Menurut Penghasilan .....	59
Gambar 13 Jalur Loading Outer Factor Setelah Re-estimate.....	63
Gambar 14 Inner Model Hasil PLS.....	72

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. ....	82
Lampiran 2. ....	88
Lampiran 3. ....	101
Lampiran 4. ....	103
Lampiran 5. ....	108
Lampiran 6. ....	109