



**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*
PADA *E-COMMERCE* SHOPEE
(STUDI PADA MAHASISWA FEB UPNVJ)**

SKRIPSI

AMANDA ZAHRA WYNONA 1910111233

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



**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*
PADA *E-COMMERCE* SHOPEE
(STUDI PADA MAHASISWA FEB UPNVJ)**

SKRIPSI

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

AMANDA ZAHRA WYNONA 1910111233

**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 dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Amanda Zahra Wynona

Nim : 1910111233

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

Jakarta, 6 Desember 2022

Yang menyatakan,



(Amanda Zahra Wynona)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Amanda Zahra Wynona
NIM : 1910111233
Fakultas : 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 Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Skincare Pada *E-Commerce* SHOPEE (Studi Pada
Mahasiswa FEB UPNVJ)**

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,



(Amanda Zahra Wynona)

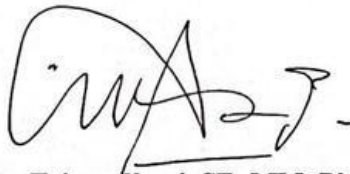
SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*
PADA *E-COMMERCE* SHOPEE
(STUDI PADA MAHASISWA FEB UPNVJ)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Amanda Zahra Wynona 1910111233

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada Tanggal : 21 Desember 2022
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



**Diana Triwardhani, SE, MM, Ph.D
Ketua Penguji**



**Jenji Gunaedi Argo, SE, MM
Penguji 1**



**Rosali Sembiring Colia, S.E, M.M
Penguji II (Pembimbing)**



**Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis**



**Siti Hidayati, S.E., M.M
Ketua Program Studi**

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 21 Desember 2022

The Influence of Promotion, Service Quality and Price on Purchasing Decision of Skincare Product in E-Commerce Shopee (Study On Students FEB UPNVJ)”.

By

Amanda Zahra Wynona

Abstract

This study is a quantitative research which purposes to determine the effect of promotion, price and service quality on purchasing decision for Skincare Products in E-Commerce Shopee. This study uses respondent consumers of skincare products namely students at the FEB UPNVJ as a sample and the samples totaled 100 respondents with the probability sampling method using simple random sampling type. Respondent data was collected using a digital questionnaire utilizing the Google Form platform. The data was then analyzed using PLS (Partial Least Square) with the help of SmartPLS 3.0 software. The results indicated that (1) Promotion has a significant effect on purchasing decisions, (2) Service quality has a significant effect on purchasing decisions (3) Price has a significant effect on purchasing decisions (4) Promotion, service quality and price simultaneously have a significant effect on purchasing decisions

Keyword: *promotion, service quality, price, purchasing decision, skincare, Shopee*

**Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Keputusan
Pembelian Produk Skincare pada E-Commerce Shopee
(Studi pada Mahasiswa FEB UPNVJ)”.**

Oleh

Amanda Zahra Wynona

Abstrak

Penelitian kali ini termasuk penelitian kuantitatif yang memiliki tujuan agar diketahui pengaruh dari Promosi, Kualitas Layanan serta Harga pada Keputusan Pembelian Produk *Skincare* terhadap *E-Commerce* Shopee. Penelitian ini menggunakan responden konsumen produk skincare yaitu mahasiswa FEB UPNVJ sebagai sampel dan jumlah sampel yakni 100 responden memakai metode *probability sampling* bertipe *simple random sampling*. Data responden dikumpulkan menggunakan kuesioner digital memanfaatkan platform Google Form. Data selanjutnya dianalisis memakai PLS (*Partial Least Square*) berbantuan *software* SmartPLS 3.0. Perolehan penelitian mengindikasikan (1) Promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) Kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian (3) Harga mempunyai pengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian.

Kata kunci: kualitas layanan, promosi, harga, skincare Shopee, 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 GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Rabu , tanggal 21 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Amanda Zahra Wynona

No.Pokok Mahasiswa : 1910111233

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada E-Commerce SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa FEB UPNVJ)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE, MM.,Ph.D	Ketua	1.
2	Jenji Gunaedi Argo, SE, MM	Anggota I	2.
3	Rosali, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu


**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 21 Desember 2022

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprod. Manajemen S.1


Siti Hidayat, SE, MM.

PRAKATA

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, dengan nikmat dan karunia-NYA penulis mampu menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare pada E-Commerce Shopee (Studi pada Mahasiswa FEB UPNVJ)” secara lancar.

Peneliti mengucapkan terima kasih pada Dr. Dianwicakasih Arieftiara SE. Ak., M.Ak., CA., CSRS., sebagai dekan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M., sebagai Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana FEB Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Rosali, S.E., M.M., sebagai Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan saran yang sangat bermanfaat bagi keberhasilan penelitian karya tulis ini

Selain itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada orang tua, saudara, beserta teman-teman yang terus memberikan semangat dan mendukung penulis untuk menyelesaikan penelitian.

Tidak lupa peneliti mohon maaf terhadap segala kekeliruan yang terjadi dalam penelitian ini. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat untuk pembaca dan bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, 28 September 2022

Amanda Zahra Wynona

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
<i>ABSTRAK</i>	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.3 Promosi	18
2.1.4 Kualitas Layanan.....	20
2.1.5 Harga	21
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	22
2.3 Model Penelitian Empiris.....	27
2.4 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
3.1.1 Definisi Operasional.....	30
3.1.2 Pengukuran Variabel	30
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel.....	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3.1 Jenis Data	32
3.3.2 Sumber Data.....	32
3.3.3 Pengumpulan Data	33
3.4 Teknik Analisis Data.....	34
3.4.1 Analisis Deskriptif.....	34
3.4.2 Analisis Inferensial.....	35
BAB IV PEMBAHASAN.....	40
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	40
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	40
4.3 Uji Hipotesis dan Analisis.....	44

4.3.1 Analisis Data Deskriptif	44
4.3.2 Analisis Inferensial	49
4.4 Pembahasan.....	56
4.4.1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4.4.2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian	58
4.4.3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	59
4.4.4. Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Secara Simultan	62
4.5 Keterbatasan Penelitian.....	64
 BAB V SIMPULAN	 65
5.1. Simpulan	65
5.2. Saran	66
 DAFTAR PUSTAKA	 68
RIWAYAT HIDUP	72
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Ringkasan Matriks Penelitian Sebelumnya.....	26
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	31
Tabel 3. Skala Likert	33
Tabel 4. Kisi-Kisi Kuesioner	33
Tabel 5. Interpretasi Nilai Indeks.....	35
Tabel 6. Responden Produk Skincare melalui E-Commerce Aplikasi Shopee.....	41
Tabel 7. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	41
Tabel 8. Karakteristik Responden Menurut Usia.....	42
Tabel 9. Karakteristik Responden Menurut Jurusan	43
Tabel 10. Interpretasi Nilai Indeks Responden	44
Tabel 11. Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 12. Distribusi Jawaban Responden Variabel Promosi	46
Tabel 13. Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan	47
Tabel 14. Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga.....	48
Tabel 15. Hasil Pengujian Outer Loadings	50
Tabel 16. Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE).....	51
Tabel 17. Hasil Pengujian Cross Loadings	51
Tabel 18. Hasil Pengujian Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	53
Tabel 19. Hasil Pengujian R-Square Adjusted.....	54
Tabel 20. Hasil Pengujian Signifikansi.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tempat Pembelian Produk Perawatan Kulit (<i>skincare</i>)	2
Gambar 2. Pengguna Internet yang Memakai Layanan E-Commerce	3
Gambar 3. Jumlah Rata-Rata Kunjungan Web Shopee	4
Gambar 4. Model Penelitian	28
Gambar 5. Tahapan Analisis Menggunakan PLS	36
Gambar 6. Hasil Loading Factor pada Calculate Menu PLS Algorithm	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	73
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	76
Lampiran 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Indeks Variabel.....	77
Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian.....	79
Lampiran 5 Output SmartPLS.....	89
Lampiran 6 Hasil Turnitin.....	92