



**PENGARUH DOMPET DIGITAL, PROMOSI  
PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMARET  
(Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret di Jakarta Selatan)**

**SKRIPSI**

**MUHAMMAD RAMDANIZAM SAKARIAN 1910111082**

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

**2022**



**PENGARUH DOMPET DIGITAL, PROMOSI  
PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMARET**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret di Jakarta Selatan)**

**SKRIPSI**

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

**MUHAMMAD RAMDANIZAM SAKARIAN 1910111082**

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

**2022**

# PERNYATAAN ORISINALITAS

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi Ini Adalah Hasil Karya Sendiri Dan Semua Sumber Yang Dikutip Maupun Yang Dirujuk Telah Saya Nyatakan Dengan Benar

Nama : Muhammad Ramdanizam Sakarian

Nim : 1910111082

Bilamana Dikemudian Hari Ditemukan Ketidaksesuaian Dengan Pernyataan Saya Ini, Maka Dari Itu Saya Bersedia Dituntut Dan Diproses Sesuai Dengan Ketentuan Yang Berlaku.

Jakarta, 2 Desember 2022

Yang menyatakan,



Muhammad Ramdanizam Sakarian

# PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Muhammad Ramdanizam Sakarian  
NIM : 1910111082  
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 Eksekutif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**“Pengaruh Dompot Digital, Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret (Studi Kasus pada Konsumen Indomaret di Jakarta Selatan)”**

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 : 22 Desember 2022

Yang menyatakan,



Muhammad Ramdanizam Sakarian

# PENGESAHAN

## SKRIPSI


### PENGARUH DOMPET DIGITAL, PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMARET

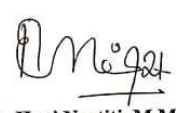
(Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret di Jakarta Selatan)


*Dipersiapkan dan disusun oleh :*


**Muhammad Ramdanizam Sakarian**      1910111082

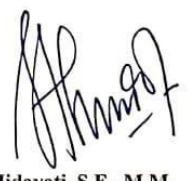
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 22 Desember 2022  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

  
Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M  
Ketua Penguji

  
Dra. Heni Nastiti, M.M  
Penguji I

  
Lina Arvani S.E., M.M  
Penguji II (Pembimbing)

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

  
Siti Hidavati, S.E., M.M.  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 22 Desember 2022

***The Influence of Digital Wallet, Sales Promotion and Service  
Quality on Purchasing Decision of Indomaret Consumers  
(Case Study on Indomaret Consumers in South Jakarta)***

**ABSTRACT**

**By Muhammad Ramdanizam Sakarian**

*This research is a research using quantitative methods with the aim of knowing the effect of digital wallets, sales promotions, and service quality on Indomaret consumer purchasing decisions. The population in this study are Indomaret consumers in South Jakarta with a sample of 100 consumers who have transacted at Indomaret using a digital wallet. Sampling method Probability sampling with Purposive Sampling. This study used a questionnaire to collect data and SmartPLS 4.0 software for data processing tools. The results of this study indicate that (1) Digital Wallet has a positive and significant effect with a path coefficient value of 0.427. (2) Sales promotion has a positive and significant effect with a path coefficient value of 0.448. (3) Service Quality has an effect and is not significant with a path coefficient of 0.046 on purchasing decisions. The contribution of digital wallets, sales promotions and service quality together to purchasing decisions is 78.3%, of which the remaining 21.7% is explained by other variables.*

*Keywords: Purchase Decision, Digital Wallet, Sales Promotion, Service Quality, Retail*

**Pengaruh Dompot Digital, Promosi Penjualan dan Kualitas  
Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret  
(Studi Kasus pada Konsumen Indomaret di Jakarta Selatan)**

**ABSTRAK**

**Oleh Muhammad Ramdanizam Sakarian**

Penelitian ini adalah penelitian dengan metode kuantitatif yang memiliki tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari dompet digital, promosi penjualan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Indomaret. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen Indomaret di Jakarta Selatan dengan sampel berupa konsumen yang sudah bertransaksi di Indomaret menggunakan dompet digital yang berjumlah 100 responden. Metode pengambilan sampel Probability sampling dengan Purposive Sampling. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data serta software SmartPLS 4.0 untuk alat pengolahan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Dompot Digital berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,427. (2) Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien jalur 0,448. (3) Kualitas Pelayanan berpengaruh dan tidak signifikan dengan koefisien jalur sebesar 0,046 terhadap keputusan pembelian. Adapun kontribusi dompet digital, promosi penjualan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sebesar 78,3% yang mana sisa 21,7% lainnya dijelaskan oleh variabel lain.

**Kata Kunci :** Keputusan Pembelian, Dompot Digital, Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, Ritel

# BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



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 Kamis, tanggal 22 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Muhammad Ramdanizam Sakarian

No.Pokok Mahasiswa : 1910111082

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Dompot Digital, Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret (Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret di Jakarta Selatan)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak-Lulus* \*)

#### Penguii

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

#### Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 22 Desember 2022  
Mengesahkan  
A.n. DEKAN  
Kaprod. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.



## **PRAKATA**

Puji serta syukur penulis Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, sebab atas segala rahmat-Nya, penelitian ini sudah sampai pada tahap sejauh ini. Pembuatan penelitian ini dilakukan sejak bulan Agustus 2022 sampai September 2022 dengan judul “Pengaruh Dompot Digital, Promosi Penjualan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret (Studi Kasus pada Konsumen Indomaret di Jakarta Selatan)”. Pada kesempatan ini, penulis mendapatkan arahan serta masukan baik secara materil dan juga moral dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada dekanat (), Kepala Jurusan (), Kaprodi (), Ibu Lina Aryani, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak meluangkan waktu serta pikiran untuk membantu memberikan arahan dan juga masukan agar penelitian ini dapat terselesaikan, serta dosen-dosen lain dan tenaga administrasi yang tidak saya sebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa hormat dan terimakasih saya. Saya menyadari bahwa penulisan dalam penelitian ini jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis menerima kritik serta saran yang dapat membangun dari berbagai pihak.

Jakarta, 26 September 2022

Muhammad Ramdanizam Sakarian

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG .....	I
HALAMAN JUDUL .....	II
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	III
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	IV
PENGESAHAN.....	V
<i>ABSTRACT</i> .....	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
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II .....	9
TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	9
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.4 Dompot Digital.....	15
2.1.5 Promosi Penjualan.....	18

2.1.6 Kualitas Pelayanan.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Model Penelitian Empiris.....	28
2.4 Hipotesis .....	29
<b>BAB III.....</b>	<b>30</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
<b>3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....</b>	<b>30</b>
3.1.1 Definisi Operasional .....	30
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel .....	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Sampel .....	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.3.1 Jenis Data .....	33
3.3.2 Sumber Data.....	34
3.3.3 Pengumpulan Data .....	34
3.4 Teknik Analisis Data .....	36
3.4.1 Teknik Analisis Data Deskriptif.....	36
3.4.2 Teknik Analisis Data Inferensial.....	37
3.4.3 Uji Validitas .....	40
3.4.4 Uji Reliabilitas .....	40
3.4.5 Uji Hipotesis .....	41
<b>BAB IV .....</b>	<b>44</b>
<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	44
4.1.1 Profil Perusahaan Indomaret.....	44
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	45
4.2.1 Deskripsi Data Responden .....	45
4.2.2 Analisis Data Deskriptif .....	47

<b>4.3 Uji Hipotesis dan Analisis.....</b>	<b>50</b>
<b>4.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....</b>	<b>50</b>
<b>4.3.1.1 Uji Validitas Konvergen .....</b>	<b>52</b>
<b>4.3.1.2 Uji Validitas Diskriminan.....</b>	<b>54</b>
<b>4.3.1.3 Uji Reliabilitas .....</b>	<b>56</b>
<b>4.3.2 Model Struktural (Inner Model) .....</b>	<b>57</b>
<b>4.3.2.1 Uji R Square .....</b>	<b>57</b>
<b>4.3.2.2 Uji t .....</b>	<b>58</b>
<b>4.3.2.3 Uji Q Square .....</b>	<b>59</b>
<b>4.4 Pembahasan.....</b>	<b>60</b>
<b>4.4.1 Pengaruh Dompnet Digital Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret di Jakarta Selatan .....</b>	<b>60</b>
<b>4.4.2 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret di Jakarta Selatan .....</b>	<b>61</b>
<b>4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret di Jakarta Selatan .....</b>	<b>61</b>
<b>4.5 Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>62</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>63</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>63</b>
<b>5.1 Simpulan.....</b>	<b>63</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>63</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>66</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya .....	25
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	31
Tabel 3. Skala Likert.....	34
Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen .....	35
Tabel 5. Bobot Penilaian Berdasarkan Skala Likert.....	36
Tabel 6. Nilai Persentase Responden .....	37
Tabel 7. Kategori Realilitas Nilai Alpha .....	40
Tabel 8. Kriteria responden berdasarkan jenis kelamin.....	45
Tabel 9. Kriteria responden berdasarkan rentang usia.....	46
Tabel 10. Kriteria responden berdasarkan dompet digital .....	46
Tabel 11. Kriteria responden berdasarkan Status Pekerjaan.....	47
Tabel 12. Hasil indeks tanggapan responden terhadap keputusan pembelian.....	47
Tabel 13. Hasil indeks tanggapan responden terhadap dompet digital.....	48
Tabel 14. Hasil indeks tanggapan responden terhadap promosi penjualan .....	49
Tabel 15. Hasil indeks tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan .....	49
Tabel 16. Loading Factor.....	52
Tabel 17. AVE (Average Variance Extracted) .....	54
Tabel 18. Cross Loading.....	54
Tabel 19. Hasil Nilai Cronbach Alpha dan Composite Realibility .....	56
Tabel 20. Nilai R Square .....	57
Tabel 21. Hasil Uji t .....	58
Tabel 22. Hasil Uji Q-Square .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia (2017-2022).....	1
Gambar 2. Ritel dengan Nilai Konsumen Tertinggi (2021) .....	2
Gambar 3. Promosi Penjualan di Indomaret (2022).....	3
Gambar 4. Produk Domestik Regional Bruto DKI Jakarta (2019-2021) .....	4
Gambar 5. Indeks Pembangunan Manusia DKI Jakarta (2017-2021).....	5
Gambar 6. Model Penelitian Empiris .....	28
Gambar 7. Langkah Pengolahan PLS .....	38
Gambar 8. Inner Model .....	39
Gambar 10. Outer Model Penelitian .....	51
Gambar 11. Inner Model Penelitian.....	59

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	66
Lampiran 2. Data Kuesioner 100 Responden.....	71
Lampiran 3. Hasil Analisis Deskriptif .....	85
Lampiran 4. Model Pengukuran (Outer Loading) .....	86
Lampiran 5. Hasil Output PLS .....	87