



**PENGARUH *PROMOTION* DAN *E-SERVICE QUALITY* YANG
DILAKUKAN PADA UMKM AMEFURASHI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA**

SKRIPSI

ARIQ KAMIL NUGROHO 1910111159

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

2022



**PENGARUH *PROMOTION* DAN *E-SERVICE QUALITY* YANG
DILAKUKAN PADA UMKM AMEFURASHI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Ariq Kamil Nugroho

**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 benar.

Nama : Ariq Kamil Nugroho

NIM : 1910111199

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

Jakarta 3 Januari 2023

Yang Menyatakan,



(Ariq Kamil Nugroho)

NIM. 1910111159

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Ariq Kamil Nugroho
NIM : 1910111159
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 *PROMOTION* DAN *E-SERVICE QUALITY* YANG
DILAKUKAN PADA UMKM AMEFURASHI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TOKOPEDIA**

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: 3 Januari 2023

Yang menyatakan,



(Ariq Kamil Nugroho)
NIM. 1910111159

SKRIPSI

**PENGARUH *PROMOTION* DAN *E-SERVICE QUALITY* YANG
DILAKUKAN PADA UMKM AMEFURASHI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Ariq Kamil Nugroho 1910111159

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 03 Januari 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**

Dr. Alfatih Sikki Manggabarani SE., M.Si
Ketua Penguji

Rosali Sembiring Colia S.E., MM
Penguji I

Dienni Ruhjatni Sholihah, SE, MM
Penguji II (Pembimbing)

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

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

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 3 Januari 2022

**PENGARUH *PROMOTION* DAN *E-SERVICE QUALITY* YANG
DILAKUKAN PADA UMKM AMEFURASHI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TOKOPEDIA**

Oleh Ariq Kamil Nugroho

ABSTRAK

Penyedia layanan perdagangan online berkembang pesat, saat ini di Indonesia. Penelitian ini mengambil 96 responden konsumen Toko Amefurashi di Tokopedia dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan apakah *promotion* yang dilakukan pada Toko Amefurashi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diketahui bahwa secara parsial *promotion* dan *e-service quality* berpengaruh secara positif, signifikan dan simultan terhadap keputusan pembelian di toko Amefurashi di Tokopedia, hal ini yang mengartikan bahwa promosi penjualan merupakan rangsangan langsung yang ditujukan kepada konsumen untuk melakukan pembelian. Promosi penjualan mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian.

Kata Kunci: Toko Online, Tokopedia, Promosi, UMKM, Pelayanan elektronik

**THE INFLUENCE OF PROMOTION AND E-SERVICE
QUALITY AT SMALL BUSINESS AMEFURASHI ON
PURCHASE DECISIONS AT TOKOPEDIA**

By Ariq Kamil Nugroho

ABSTRACT

Online trading service providers are rapidly growing in Indonesia. This study took 96 consumer respondents from the Amefurashi Store in Tokopedia and used purposive sampling techniques to investigate, analyze, and prove whether the promotions carried out in the Amefurashi Store have an effect on purchasing decisions on Tokopedia. Based on the analysis and discussion, it is known that promotion and e-service quality have a positive, significant, and simultaneous effect on purchasing decisions in the Amefurashi Store on Tokopedia, which means that sales promotions are direct stimuli aimed at consumers to make purchases. Sales promotions affect consumers in purchasing decisions.

Keyword: E-Commerce, Tokopedia, Promotion, Small Business, E-service quality



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 Selasa, tanggal 03 Januari 2023, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Ariq Kamil Nugroho

No.Pokok Mahasiswa : 1910111159

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Promotion Dan E-Service Quality Yang Dilakukan Pada UMKM Amefurashi Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, M.Si	Ketua	1.
2	Rosali, SE, MM	Anggota I	2.
3	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 03 Januari 2023
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprod. Manajemen S.1

Siti Hidayat, SE, MM.

Kata Pengantar

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh *Promotion* Dan *E-Service Quality* Yang Dilakukan Pada UMKM Amefurashi Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia". Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Ibu Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE., M.Si selaku Ketua Penguji yang telah memberikan dukungan dan bimbingan selama penulisan skripsi ini. Terima kasih juga kepada Ibu Rosali Sembiring Colia, S.E, M.M selaku penguji 1 dan Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah, SE, MM selaku penguji 2 serta pembimbing saya yang telah memberikan masukan dan dukungan yang sangat berharga dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang telah memberikan dukungan dan doa selama penulisan skripsi ini. Tanpa dukungan dari semua pihak tersebut, penulis tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan diterima dengan baik oleh para pembaca.

Jakarta, 3 Januari 2023

Penulis,

Ariq Kamil Nugroho

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Penelitian	7
I.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
II.1 Landasan Teori	9
II.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
II.1.2 Perilaku Konsumen	10
II.1.3 Keputusan Pembelian.....	13
II.1.4 <i>Promotion</i>	15
II.1.5 <i>E-Service Quality</i>	17
II.2 Penelitian Terdahulu.....	23
II.3 Model Penelitian	29
II.3.1 <i>Promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
II.3.2 <i>E-Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian	30
II.4 Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
III.1.1 Definisi Operasional Variabel	32
III.1.1.1 Variabel Bebas (Independent Variabel)	32
III.1.1.2 Variabel Terikat (Dependent Variabel)	33
III.1.2 Pengukuran Variabel	33
III.2 Populasi dan Sampel	34
III.2.1 Populasi	34
III.2.2 Sampel	35
III.3 Metode Pengumpulan Data	36
III.3.1 Jenis Sumber Data	36
III.3.2 Teknik Pengambilan Data	36
III.4 Teknik Analisis Data.....	37
III.4.1 Analisis Distribusi Frekuensi	38
III.4.2 Analisis Statistik Deskriptif	38
III.4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	38
III.4.3.1 Uji Validitas.....	38
III.4.3.2 Uji Reliabilitas	39
III.4.4 Uji Asumsi Klasik	40
III.4.4.1 Uji Normalitas Data.....	40
III.4.4.2 Uji Multikolinieritas	40

III.4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	40
III.4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	41
III.4.6 Uji Hipotesis	42
III.4.6.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	42
III.4.6.2 Uji t (Uji Parsial).....	43
III.4.6.3 Uji F (Uji Simultan).....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	46
IV.2 Deskripsi Data Penelitian.....	47
IV.2.1 Analisis Distribusi Frekuensi	47
IV.2.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	48
IV.2.3 Uji Instrumen Penelitian.....	49
IV.2.3.1 Uji Validitas.....	49
IV.2.3.2 Uji Reliabilitas	51
IV.2.4 Uji Asumsi Klasik	54
IV.2.4.1 Uji Normalitas Data.....	54
IV.2.4.2 Uji Multikolinieritas	55
IV.2.4.3 Uji Heteroskedastisitas	55
IV.3 Uji Hipotesis dan Analisis	56
IV.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
IV.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	57
IV.3.3 Uji t (Uji Parsial)	55
IV.3.4 Uji F (Uji Simultan)	58
IV.4 Pembahasan	59
IV.4.1 Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Amefurashi di Tokopedia.....	60
IV.4.2 <i>E-service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Amefurashi di Tokopedia.....	62
IV.4.3 Pengaruh <i>Promotion</i> dan <i>E-service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Amefurashi di Tokopedia	63
IV.5 Keterbatasan Penelitian.....	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	65
V.1 Simpulan	65
V.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	34
Tabel 3. Kategori dan Nilai Skala Likert	37
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen.....	37
Tabel 5. Hasil Analisis Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 6. Hasil Analisis Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia	46
Tabel 7. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	47
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Promotion</i> (X_1).....	48
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-Service Quality</i> (X_2)	49
Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	49
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Promotion</i> (X_1).....	50
Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>E-Service Quality</i> (X_2).....	51
Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	51
Tabel 14. Hasil Uji Reliabilitas untuk Seluruh Item Pernyataan	52
Tabel 15. Hasil Uji Multikolinieritas	53
Tabel 16. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	55
Tabel 17. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	55
Tabel 18. Hasil Uji t (Uji Parsial)	56
Tabel 19. Hasil Uji F (Uji Simultan).....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Prediksi Angka Pengguna <i>E-commerce</i> di Indonesia 2024	1
Gambar 2. Sepuluh <i>E-Commerce</i> dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2022	2
Gambar 3. Promosi Paket Hemat Bibit Tanaman Toko Amefurashi.....	4
Gambar 4. Ulasan Keluhan Konsumen Toko Amefurash.....	6
Gambar 5. Model Perilaku Konsumen.....	12
Gambar 6. Bagan Model Penelitian	29
Gambar 7. Grafik <i>Probability P-Plot</i>	52
Gambar 8. Grafik <i>Scatterplot</i>	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pernyataan Kuesioner Penelitian	69
---	----