



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS PRODUK  
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI  
SHOPEE (Studi pada Warga yang beraktivitas di Jakarta  
Selatan)**

**SKRIPSI**

**MUHAMMAD REZA BOBBYBONERO 2110111196**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAKARTA  
2024**



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS PRODUK  
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI  
SHOPEE (Studi pada Warga yang beraktivitas di Jakarta  
Selatan)**

**SKRIPSI**

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

**MUHAMMAD REZA BOBBYBONERO 2110111196**

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

**2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muhammad Reza Bobbybonero

NIM : 2110111196

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

Jakarta, 2 Oktober 2024

Yang menyatakan,



(Muhammad Reza Bobbybonero)

# PERSETUJUAN PUBLIKASI

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Muhammad Reza Bobbybonero  
NIM : 2110111196  
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 Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

### **Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee: Studi pada Warga yang beraktivitas 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 : 3 Desember 2024  
Yang menyatakan,



The image shows a handwritten signature in black ink over a yellow 1000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '1000', 'METERAI TEMPEL', and 'C0157AMX13923394'.

(Muhammad Reza Bobbybonero)

# LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE (Studi pada  
Warga yang beraktivitas di Jakarta Selatan)**

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**MUHAMMAD REZA BOBBYBONERO 2110111196**


**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 20 Desember 2024  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



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



Dra. Bernadin Dwi M, M.M  
Penguji I



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



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

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 20 Desember 2024

# **The Influence of Sales Promotion, Product Quality, and Price on Purchase Decisions in E-Commerce Platforms (A Study on Residents Active in South Jakarta)**

By Muhammad Reza Bobbybonero

## ***Abstract***

*This research is a quantitative study aimed at analyzing the influence of sales promotion, product quality, and price on purchase decisions in e-commerce platforms, focusing on residents active in South Jakarta. The study involved 100 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using structured questionnaires and analyzed using descriptive and inferential statistics. The hypothesis testing yielded the following results: (1) sales promotion has a significant and positive influence on purchase decisions, (2) product quality has a significant and positive influence on purchase decisions, and (3) price has a significant and positive influence on purchase decisions. Additionally, the three variables interact to shape consumer purchase behavior. This study contributes to the development of effective marketing strategies for e-commerce companies by emphasizing the importance of optimized promotions, product quality management, and competitive pricing strategies to enhance customer satisfaction and loyalty.*

**Keywords:** *Sales Promotion, Product Quality, Price, Purchase Decisions, E-Commerce*

**Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap  
Keputusan Pembelian pada Platform E-Commerce (Studi pada Warga yang  
Beraktivitas di Jakarta Selatan)**

Oleh Muhammad Reza Bobbybonero

**Abstrak**

Penelitian ini merupakan studi kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi penjualan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce, dengan fokus pada warga yang beraktivitas di Jakarta Selatan. Penelitian ini melibatkan 100 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur dan dianalisis dengan statistik deskriptif serta inferensial. Pengujian hipotesis menghasilkan temuan sebagai berikut: (1) promosi penjualan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, (2) kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, dan (3) harga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Selain itu, ketiga variabel ini berinteraksi untuk membentuk perilaku pembelian konsumen. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan strategi pemasaran yang efektif bagi perusahaan e-commerce dengan menekankan pentingnya optimalisasi promosi, pengelolaan kualitas produk, serta strategi harga yang kompetitif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** Promosi Penjualan, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, E-Commerce



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. 2024/2025

Hari ini Jumat, tanggal 20 Desember 2024, telah dilaksanakan **Ujian Skripsi** bagi mahasiswa :

Nama : **Muhammad Reza Bobbybonero**

No.Pokok Mahasiswa : **2110111196**

Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee: Studi Pada Warga Yang Beraktifitas Di Jakarta Selatan**  
Dinyatakan yang bersangkutan (Lulus / Tidak Lulus \*)

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, M.Si	Ketua	1.
2	Dra. Bernadin Dwi, MM.,CPM	Anggota I	2.
3	Lina Aryani, SE, MM	Anggota II **)	3.

#### Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 20 Desember 2024

Mengesahkan

A.n DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayat, SE, MM.



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee: Studi pada Warga yang beraktivitas di Jakarta Selatan”** sebagai salah satu kriteria untuk menyelesaikan program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis mendapatkan banyak bantuan serta dukungan dari beberapa pihak selama menjalani penulisan. Sehingga dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Antar Venus MA Comm. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
3. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
4. Ibu Lina Aryani S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis dalam menyusun usulan penelitian ini.
5. Ibu Dra. Pusporini, M.M. selaku dosen pembimbing akademik
6. Keluarga dan teman-teman yang telah memberikan doa dan dukungan selama menyelesaikan usulan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam usulan penelitian ini. Oleh sebab itu, kritik dan saran sangat penulis butuhkan guna meningkatkan kebermanfaatan usulan penelitian ini.

Jakarta, 20 Desember 2024

Muhammad Reza Bobbybonero

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>16</b>
1.1 Latar Belakang.....	16
1.2 Rumusan Masalah .....	26
1.3 Tujuan Penelitian.....	27
1.4 Manfaat Hasil Penelitian .....	27
1.4.1 Aspek Teoritis.....	27
1.4.2 Aspek Praktis .....	27
<b>BAB II .....</b>	<b>29</b>
2.1 Landasan Teori .....	29
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	29
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	30
2.1.3 Keputusan Pembelian .....	31
2.1.4 Promosi Penjualan .....	33
2.1.5 Kualitas Produk.....	34
2.1.6 Harga.....	36
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	37
2.3 Model Penelitian.....	49

2.3.1 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian .....	49
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	50
2.3.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	50
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	51
<b>BAB III.....</b>	<b>52</b>
3.1 Definisi Operasional.....	52
3.1.1 Pengukuran Variabel.....	54
3.2 Populasi dan Sampel.....	54
3.2.1 Populasi.....	54
3.2.2 Sampel Penelitian .....	55
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	56
3.3.1 Jenis Data.....	56
3.3.2 Sumber Data .....	57
3.3.3 Pengumpulan Data.....	57
3.4 Teknik Analisis Data .....	60
3.4.1 Analisis Data Deskriptif.....	60
3.4.2 Analisis Data Inferensial.....	61
3.4.3 Uji Validitas.....	65
3.4.4 Uji Reliabilitas .....	66
3.4.5 Uji Hipotesis .....	67
<b>BAB IV .....</b>	<b>69</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	69
4.2 Deskripsi Data Penelitian .....	71
4.2.1 Deskripsi Data Responden.....	71
4.2.1 Analisis Data Deskriptif.....	76
4.3 Uji Hipotesis dan Analisis .....	79

4.3.1 Evaluasi <i>Measurement Model</i> (Outer Model) .....	79
4.1.2 Inner Model.....	85
4.4 Pembahasan .....	89
4.4.1 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian .....	89
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	91
4.4.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	94
<b>BAB V.....</b>	<b>97</b>
5.1 Simpulan.....	97
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	98
5.3 Saran.....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>105</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Hasil Penelitian Terdahulu .....	44
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	54
Tabel 3. Bobot Penilaian Skala Likert .....	58
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	59
Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen.....	60
Tabel 6. Prestasi Nilai Indeks Responden.....	61
Tabel 7. Interpretasi Nilai Reliabilitas .....	67
Tabel 8. Usia .....	71
Tabel 9. Jenis Kelamin.....	72
Tabel 10. Kecamatan.....	74
Tabel 11. Status.....	75
Tabel 12. Harga.....	78
Tabel 13. Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion).....	82
Tabel 14. Hasil Cross Loading.....	83
Tabel 15. Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	84
Tabel 16. Hasil Uji Nilai R-Square ( $R^2$ ) .....	85
Tabel 17. Hasil Pengujian Hipotesis .....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 10 Negara dengan Proyeksi Pertumbuhan E-Commerce Tertinggi 2024 .....	18
Gambar 2. E-commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023 .....	19
Gambar 3. Promo 9.9 Shopee “Super Shopping Day” .....	21
Gambar 4. Cara meningkatkan kualitas daftar produk.....	22
Gambar 5. Contoh produk dan berbagai harga dari sepatu Adidas di Shopee.....	24
Gambar 6. Model Penelitian .....	51
Gambar 7. Tahapan Penggunaan SmartPLS .....	62
Gambar 8. Inner Model Penelitian .....	63
Gambar 9. Outer Model Penelitian .....	64
Gambar 10. Diagram Jalur .....	65
Gambar 11 Logo e-Commerce Shopee .....	69
Gambar 13. Promosi Shopee 12.12.....	70
Gambar 14. Harga Produk.....	71
Gambar 15. Hasil Algoritma smartPLS 4.0 .....	80
Gambar 16. Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> .....	88

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner.....	71
Lampiran 2. Identitas Responden.....	72
Lampiran 3. Pertanyaan Penelitian.....	73