

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI  
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
APLIKASI TOKOPEDIA (STUDY KASUS PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen



**Disusun Oleh :**

AGIL RAHMAT SYARIF

NPM : 19420134

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2023**

**SKRIPSI**

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI TOKOPEDIA  
(STUDY KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)

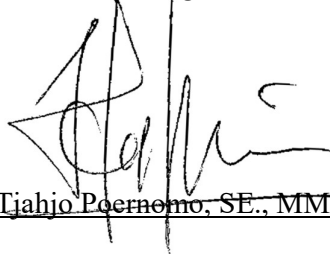
**Diajukan Oleh :**

**AGIL RAHMAT SYARIF**

NPM : 19420134

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

Dosen Pembimbing,



Tri Tjahjo Poernomo, SE., MM.

Tanggal, 21 Juni 2023

Ketua Program Studi Manajemen,



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM

Tanggal, 27 Juni 2023

## **SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI**

Nama : Agil Rahmat Syarif

NPM : 19420134

Alamat : Desa Tanjung, Kedamean, Gresik

Prodi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI TOKOPEDIA (STUDY KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)”** bukan plagiasi dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka penulis bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Surabaya,.....2023

Yang Membuat Pernyataan,

(Agil Rahmat Syarif)

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI  
TOKOPEDIA (STUDY KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA  
SURABAYA)**

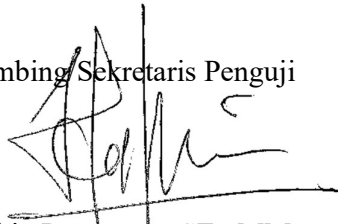
**Diajukan Oleh:**

AGIL RAHMAT SYARIF

NPM : 19420134

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing/Sekretaris Penguji



Tri Tjahjo Poernomo, SE., MM

Ketua Tim Penguji



Husni Indrawati Wijaya Putri, SE.,MM.

Anggota Tim Penguji



Bambang Setyadarma, SE.,M.Ak

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen

Tanggal, 2 Agustus 2023



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM

Ketua Program Studi Manajemen

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, alhamdulillah telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI TOKOPEDIA (STUDY KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)”**. Yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program sarjana (S1) jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, do'a, serta saran dari beberapa pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini dengan segala hormat penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. DR. H Widodo Ario K. Sp., THT-KL (K), FICS. Selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Bapak Tri Tjahjo Poernomo, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan bimbingan serta memberikan pengarahan dalam penyelesaian skripsi.
5. Bapak Surenggono, SE., SH., MM. selaku Dosen Wali yang telah banyak membantu saya memberikan arahan dan nasihat dari awal perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu dalam kegiatan belajar mengajar selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membantu dalam pelayanan administrasi selama masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua, Bapak Ruslan dan Ibu Siswani. Adik tercinta, Fatimah Az-Zahra, serta Keluarga Besar dari bapak maupun ibu, yang selalu memberikan semangat serta doa dalam mengerjakan skripsi supaya cepat selesai, dan mengajarkan untuk menomor satukan pendidikan.
9. Teman-teman manajemen Zainal Dimas Setya Putra, Kinanti Desta Hawa, Afifah Wintami, Andina Mayang Sari, dan Reina Putri sebagai partner saya bertukar pikiran yang banyak memberikan pengalaman dalam proses menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan membutuhkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak yang dapat dipergunakan untuk memperbaiki skripsi ini maupun bahan perbaikan untuk

penelitian selanjutnya. Semoga karya kecil ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Surabaya, 10 Juni 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Agil Rahmat Syarif', written in a cursive style.

Agil Rahmat Syarif

NPM : 19420134

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR BEBAS PLAGIASI.....	iii
LEMBAR SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1. Pemasaran.....	10
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11



2.1.2.2. Konsep Pemasaran.....	11
2.1.2.3. Manfaat Digital Untuk Pemasaran.....	13
2.1.3. Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.3.2. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.3.3. Pengukuran Kualitas Pelayanan.....	16
2.1.3.4. Kualitas Pelayanan Yang Baik.....	17
2.1.3.5. Indikator Kualitas Pelayanan.....	18
2.1.4. Promosi Penjualan.....	19
2.1.4.1. Pengertian Promosi.....	19
2.1.4.2. Tujuan Promosi.....	20
2.1.4.3. Evaluasi Ide-Ide Promosi.....	21
2.1.4.4. Kelebihan Dan Keterbatasan Promosi.....	22
2.1.4.5. Indikator Promosi.....	24
2.1.5. Keputusan Pembelian.....	24
2.1.5.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	24
2.1.5.2. Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	25
2.1.5.3. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	26

2.1.5.4. Indikator Keputusan Pembelian.....	28
2.2. Penelitian Terdahulu.....	29
2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	35
2.4. Kerangka Konseptual.....	36
2.5. Hipotesis.....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
3.1. Pendekatan Penelitian.....	38
3.2. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	38
3.3. Jenis Dan Sumber Data.....	38
3.3.1. Jenis Data.....	38
3.3.2. Sumber Data.....	39
3.4. Populasi Dan Sampel.....	40
3.4.1. Populasi.....	40
3.4.2. Sampel.....	40
3.5. Identifikasi Variabel.....	42
3.6. Definisi Operasional Variabel.....	42
3.6.1. Variabel Bebas (Variabel Independen).....	43
3.6.1.1. Kualitas Pelayanan (X1).....	43

3.6.1.2. Promosi Penjualan (X2).....	44
3.6.2. Variabel Terikat (Variabel Dependen).....	45
3.6.2.1. Keputusan Pembelian (Y).....	45
3.7. Prosedur Pengumpulan Data.....	46
3.8. Teknik Analisis Data.....	48
3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	48
3.8.2. Uji Instrumen.....	48
3.8.2.1. Uji Validitas.....	48
3.8.2.2. Uji Reliabilitas.....	48
3.8.3. Uji Asumsi Klasik.....	49
3.8.3.1. Uji Normalitas.....	49
3.8.3.2. Uji Multikolinearitas.....	49
3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	50
3.8.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
3.8.5. Melakukan Pengujian Hipotesis.....	51
3.8.5.1. Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	51
3.8.5.2. Uji Signifikan Simultan F.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	53

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.1.1. Sejarah Tokopedia.....	53
4.2. Hasil Penelitian.....	54
4.2.1. Karakteristik Responden.....	54
4.2.1.1. Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.2.1.2. Berdasarkan Usia Responden.....	55
4.3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	56
4.4. Hasil Uji Instrumen.....	57
4.4.1. Hasil Uji Validitas.....	57
4.4.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	58
4.5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	59
4.5.1. Hasil Uji Normalitas.....	59
4.5.2. Hasil Uji Multikolinieritas.....	60
4.5.3. Hasil Uji Heteroskedisitas.....	60
4.6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
4.7. Pengujian Hipotesis.....	63
4.7.1. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	63
4.7.2. Hasil Uji Signifikan Simultan F.....	64

BAB V SIMPULAN.....	66
5.1. Simpulan.....	66
5.2. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	74

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.2. Keluhan Pelanggan.....	5
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1. Skala Likert.....	49
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden.....	57
Tabel 4.2. Usia Responden.....	58
Tabel 4.3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	59
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.5. Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.6. Hasil Uji Multikolinieritas.....	63
Tabel 4.7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	65
Tabel 4.8. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	67
Tabel 4.11. Hasil Uji F.....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Hasil Riset Pengunjung <i>E-commerce</i> .....	4
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual.....	38
Gambar 4.1. P-Plot Uji Normalitas.....	62
Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedisitas.....	64

## LAMPIRAN

Lampiran I Kuisisioner.....	74
Lampiran II Tabulasi.....	78
Lampiran III Output Data SPSS.....	88



## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini yaitu agar dapat menelaah dampak dari Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Tokopedia di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Penelitian tersebut menerapkan metode deskriptif kuantitatif dengan mengumpulkan data primer melalui wawancara atau interview serta kuisioner penelitian. Sebanyak 100 responden diambil sebagai sampel penelitian dengan menerapkan tehnik Purposive Sampling. Alasan memilih metode tersebut karena menggunakan teknik penentuan sampel berlandaskan pertimbangan dan kriteria tertentu. Berdasarkan output penelitian, ditemukan bahwa pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan, dan Keputusan Pembelian.

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to examine the impact of Service Quality and Sales Promotion on Purchasing Decisions on the Tokopedia Application at the Faculty of Economics and Business, Wijaya Kusuma University, Surabaya. The study applied quantitative descriptive methods by collecting primary data through interviews or interviews and research questionnaires. A total of 100 respondents were taken as research samples by applying the Purposive Sampling technique. The reason for choosing this method is because it uses sampling techniques based on certain considerations or criteria. Based on the research output, it was found that the influence of Service Quality variables and Promotion variables had a significant effect on Purchasing Decision variables.*

**Keywords:** *The Effect of Service Quality, Sales Promotion, and Purchasing Decisions.*

