

**PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN E-PROMOTION  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SHOPEEFOOD  
( Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Wijaya Kusuma Surabaya Angkatan 2019)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen



Disusun Oleh:

**Jusuf Wahyu P.U**

19420072

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA  
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN E-PROMOTION  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SHOPEEFOOD**

**(Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Wijaya Kusuma Surabaya Angkatan 2019)**

Diajukan oleh :

**JUSUF WAHYU PRASETYA UTAMA**

**NPM: 19420072**

TELAH DISETEJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING




**Evianah, SE, Msi.**

**NIK : 03375-ET**

Tanggal, 10 Agustus 2023

KETUA PROGRAM STUDI



**Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM.**

**NIK : 09420-ET**

Tanggal, 22 Agustus 2023

**SKRIPSI**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN *E-PROMOTION*  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN *SHOPEEFOOD*  
(Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Wijaya Kusuma Surabaya Angkatan 2019)**

**Diajukan Oleh :**

**Jusuf Wahyu Prasetya Utama**

**NPM: 19420072**

**Susunan Dewan Penguji**

**Pembimbing Utama**



**Evianah, SE., MSi**

**Ketua Tim Penguji**



**Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE., MSi**

**Anggota Tim Penguji**



**Dewi Nuraini, SE., M.SM**

**Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Tanggal...22 Agustus 2023**



**Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM  
Ketua Program Studi**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : NAYLA AYU AMANDA  
NPM : 19420075  
Alamat : Jl. Purwodadi II/ No. 108  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE SAMSUNG***" bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian Surat Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 2 Juni 2023

Yang membuat pernyataan



**NAYLA AYU AMANDA**  
**NPM : 19420075**

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT telah melimpahkan sebuah rahmat dan hidayah-Nya sehingga memberikan kekuatan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN E-PROMOTION TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SHOPEEFOOD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Angkatan 2019) ”** dengan tepat waktu. Skripsi ini disusun dengan tujuan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulisan skripsi ini dapat selesai dengan tepat waktu tidak lepas dari segala bantuan, bimbingan, serta dorongan dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini dengan hati yang paling dalam, penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. DR. H Widodo Ario K. Sp., THT Bapak ~~selaku~~ Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec Gimanto Gunawan MM., M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Evianah, SE, MSi. selaku Dosen Wali yang telah banyak membantu saya memberikan arahan dan nasihat dari awal perkuliahan.

5. Ibu Evianah, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, arahan serta bimbingan dalam penulisan skripsi dengan baik.
6. Kepada orang tua, adek saya dan kakak saya tercinta saya, ibu Marini, bapak Suyono, Guruh Adji Nugroho, Ade Arindha yang telah mendoakan dan memberikan saya semangat serta kekuatan untuk menjalani hidup sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
7. Kepada teman – teman “ DAMAI KAMI SEPANJANG HARI “yang juga berperan penting dalam hidup saya karena telah memberikan semangat dan menemani saya dalam kondisi apapun serta memberikan dorongan untuk mengerjakan skripsi.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas segala informasi yang diberikan, dukungan, dan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan sehingga mohon maaf jika ada hal yang kurang berkenan bagi pembaca. Penulis juga mengharapkan adanya kritik dan saran dari pembaca, agar nantinya dapat menjadi skripsi yang lebih baik lagi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan membantu pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 2 Juli 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar elakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.5 Sistematika Penulisan .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.2 Harga .....	8
2.1.2.1 Pengertian Harga .....	8
2.1.2.2 Tujuan Penetapan Harga .....	9
2.1.2.3 Indikator Harga .....	10
2.1.3 Kualitas layanan .....	11
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Layanan .....	11
2.1.3.2 Manfaat kualitas layanan .....	12
2.1.3.3 Karakteristik kualitas layanan .....	12
2.1.3.4 Dimensi kualiatas layanan .....	13

2.1.4 Promosi online .....	13
2.1.4.1 Pengertian Promosi online ( <i>E – Promotion</i> ).....	13
2.1.4.2 Indikator - Indikator Promosi <i>Online (E-Promotion)</i>	14
2.1.5 Minat beli .....	16
2.1.5.1 Pengertian Minat Beli .....	16
2.1.5.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli .....	16
2.1.5.3 Indikator-Indikator.Minat.Beli.....	17
2.2 Peneliti Sebelumnya .....	17
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	19
2.3.1 Hubungan Harga dengan Minat Beli .....	19
2.3.2 Hubungan Kualitas Layanan dengan Minat Beli .....	19
2.3.3 Hubungan E-Promotion dengan Minat Beli .....	19
2.4 Hipotesis dan Model Analisis .....	20
2.4.1 Hipotesis .....	20
2.4.2 Model Analisis .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	21
3.2 Populasi dan Sampel .....	21
3.2.1 Populasi Peneltian .....	21
3.2.2 Sampel Penelitian .....	21
3.3 Identifikasi Variabel .....	22
3.4 Definisi Operasional .....	23
3.4.1 Definisi Operasional Variabel Harga (X1) .....	23
3.4.2 Definisi Opersional Variabel Kualitas Layanan (X2) .....	23
3.4.3 Definisi Operasional Variabel E-promotion .....	24
3.4.4 Definisi Operasional Variabel Minat Beli (Y) .....	25
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	25
3.6 Uji Instrumen .....	27
3.6.1 Uji Validitas .....	27
3.6.2 Uji Realibilitas .....	27
3.7 Teknik Analisis Data .....	27



3.7.1 Analisis Deskriptif .....	27
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	28
3.7.3 Uji Hipotesis .....	28
3.7.3.1 Uji t (parsial) .....	29
3.7.3.2 Uji F .....	29
3.7.3.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	30
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian .....	31
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	31
4.1.2 Deskripsi Identitas Responden .....	32
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	34
4.2.1 Deskripsi Variabel Harga ( $X_1$ ) .....	35
4.2.2 Deskripsi Variabel Kualitas Layanan ( $X_2$ ) .....	36
4.2.3 Deskripsi Variabel <i>E-Promotion</i> ( $X_3$ ) .....	37
4.2.4 Deskripsi Variabel Minat Beli (Y) .....	38
4.3 Uji Instrumen .....	39
4.3.1 Hasil Pengujian Validitas .....	39
4.3.1.1 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	41
4.3.1.2 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda .....	42
4.3.3 Hasil dan Interpretasi Koefisien Regresi Linier Berganda ...	42
4.3.3 Hasil Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) .....	43
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis .....	44
4.4.1 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t) .....	44
4.5 Pembahasan .....	48
4.5.1 Pengaruh Harga Terhadap Minat beli .....	48
4.5.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat beli .....	49
4.5.3 Pengaruh <i>E-Promotion</i> Terhadap Minat beli .....	49
<b>BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
5.2 Simpulan .....	51
5.2 Saran .....	51

5.3 Keterbatasan Penelitian .....	52
DAFTAR PUSTAKA	
Lampiran – Lampiran	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya .....	18
Tabel 4.1 Data Identitas Responden Mengenai Program Studi .....	33
Tabel 4.2 Data Identitas Responden Mengenai Jenis Kelamin .....	33
Tabel 4.3 Data Identitas Responden Mengenai Usia.....	33
Tabel 4.4 Data Identitas Responden Mengenai Pendapatan.....	34
Tabel 4.5 Kategori Mean Masing-masing Variabel .....	35
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga ( $X_1$ ).....	35
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Layanan ( $X_2$ ) .....	36
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>E-Promotion</i> ( $X_3$ ) .....	37
Tabel 4.9 Jawaban Responden Mengenai Variabel Minat Beli (Y) .....	38
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga ( $X_1$ ) .....	39
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Layanan ( $X_2$ ).....	40
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>E-Promotion</i> ( $X_3$ ).....	40
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat Beli (Y) .....	41
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	41
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Koefisien Regresi Linier Berganda .....	42
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) .....	44
Tabel 4.17 Hasil Analisis Nilai Koefisien Uji t .....	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Aplikasi Online ShopeeFood 32.....	25
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Kualitas Layanan ( $X_2$ ) Terhadap Minat beli (Y) .....	47
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh <i>E-Promotion</i> ( $X_3$ ) Terhadap Minat beli (Y).....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Input Data Penelitian (Program SPSS)
- Lampiran 3 Hasil Olah Data Penelitian (Program SPSS)
- Lampiran 4 Pedoman Tabel t dan R

## ABSTRAK

Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia semakin pesat di tengah perlamabatan laju ekonomi. Dapat dilihat dari inovasi *e-commerce* Shopee, dimana shopee tak hanya menawarkan barang, perlengkapan rumah tangga, *lifestyle*, otomotif, elektronik saja, kini Shopee menambahkan menu delivery makanan dan minuman yang dinamakan ShopeeFood. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “ Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan *E-promotion* terhadap Minat beli Konsumen ShopeeFood (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma angkatan 2019)”.

Pendekatan yang digunakan yakni penelitian kuantitatif yang difokuskan ke pengujian antar variabel. Populasi penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya angkatan 2019 yang pernah melakukan pembelian di ShopeeFood minimal 1 atau 2 kali. Penentuan sampel yang digunakan metode *non-probability* sampling dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya angkatan 2019). 47 responden merupakan sampel yang diolah dengan penyebaran kuesioner sebagai pengumpulan data dan diolah dengan statistik SPSS., Teknik analisis data menggunakan analisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Uji t, uji f, uji, dan uji determinasi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap minat bli konsumen, dan *E-promotion* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Layanan, *E-promotion*, Minat Beli.

## ABSTRACT

*The growth of e-commerce in Indonesia is increasing rapidly amid a slowing economic pace. It can be seen from Shopee's e-commerce innovation, where Shopee does not only offer goods, household appliances, lifestyle, automotive, electronics, Shopee is now adding a food and beverage delivery menu called ShopeeFood. This study aims to determine "The Effect of Price, Service Quality, and E-promotion on Consumer Purchase Interest in ShopeeFood (Case Study on Students of the Faculty of Economics and Business, University of Wijaya Kusuma class of 2019)".*

*The approach used is quantitative research which is focused on testing between variables. The population of this study were students of the Faculty of Economics and Business, Wijaya Kusuma University, Surabaya class of 2019 who had made at least 1 or 2 purchases at ShopeeFood. Determination of the sample used the non-probability sampling method with a purposive sampling technique with the criteria of students from the Faculty of Economics and Business, Wijaya Kusuma University, Surabaya class of 2019). 47 respondents were samples that were processed by distributing questionnaires as data collection and processed with SPSS statistics. Data analysis techniques used analysis using multiple linear regression analysis. T test, f test, test, and test of determination. The findings of this study indicate that price has a significant effect on consumer buying interest, service quality has a significant effect on consumer buying interest, and E-promotion has a significant effect on consumer buying interest.*

*Keywords: Price, Service Quality, E-promotion, Purchase Intention.*