

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *ONLINE SHOP* SHOPEE**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Meperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh:**

**BELLA CLARA NATALIA**

**NPM : 18420114**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA  
2022**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *ONLINE SHOP* SHOPEE**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Meperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh:**

**BELLA CLARA NATALIA**

**NPM : 18420114**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA  
2022**

## **SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bella Clara Natalia

NPM : 18420114

Alamat : Leker Rejo RT02 RW03

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayana dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada *online shop* Shopee** ” 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,  
Yang membuat pernyataan

(Bella Clara Natalia)  
NPM : 18420114



**SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *ONLINE SHOP* SHOPEE**



Diajukan oleh:

**BELLA CLARA NATALIA**  
**NPM : 18420114**



TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH



DOSEN PEMBIMBING

**MAOBULA AROCHMAN, SE., M.Ak.**

Tanggal, 13 Januari 2022



KETUA PROGRAM STUDI

**Dr. KRISTININGSIH, SE., M.Si.**

Tanggal, 13 Januari 2022



Skripsi

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *ONLINE SHOP* SHOPEE**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**BELLA CLARA NATALIA**

NPM : 18420114

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



MAQBULA AROCHMAN, SE., M.Ak.

Anggota Dewan Penguji lain



Dr. INDAHWATI, SE., M.Si



NI KETUT YULIA AGUSTIN, SE., MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal 3-2-2022



Dr. KRISTININGSIH, SE., M.Si

Ketua Program Studi

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas petunjuk, pengetahuan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas penyusunan skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *ONLINE SHOP SHOPEE*” sebagai syarat untuk menyelesaikan program S1 pada program studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Tak terasa menjalani kuliah selama beberapa tahun, selama itu pula banyak rintangan dan kesulitan yang penulis hadapi namun berkat dukungan dari keluarga, dosen dan teman – teman yang ikhlas memberikan bantuan, bimbingan dan arahan sehingga penulis dapat menjalani kuliah, sehingga penulisan skripsi ini penulis dapat menyelesaikannya. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr., Sp.THT-KL (k), 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. Ibu Maqbula Arochman, SE., M.Ak. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, membimbing, memberikan arahan dan tidak henti – hentinya memotivasi penulis selama penyusunan skripsi.
4. Ibu Wiwik Herawati, SE, M.M. selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan selama masa perkuliahan.

5. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
6. Bapak dan Ibu penulis, Mujid Ridwan dan Sulastri, yang selalu mendukung, memanjatkan doa dan harapan serta pengorbanan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Muchammad Miftakhul, yang selalu memberi semangat dan memotivasi selama skripsi.
8. Sahabat – sahabat saya Vania Karimah, Ariska Ayuna dan Rosyida Auliah, dengan mereka saya belajar banyak tentang arti kedewasaan.
9. Responden yang telah mengisi kuesioner. Semoga bantuan yang diberikan oleh semua pihak mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Demikian skripsi ini disusun dan semoga apa yang penulis sajikan dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis maupun para pembaca untuk menambah ilmu pengetahuan. Semoga Allah SWT senantiasa meridhoi langkah kita semua Amin.

Surabaya,

Bella Clara Natalia

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Skripsi .....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	10
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	10
2.1.2 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	11
2.1.3 Karakteristik Jasa .....	12



2.1.3.1 Pengertian jasa. ....	12
2.1.3.2 Ciri – Ciri Jasa .....	13
2.1.4 Kuaitas Pelayanan .....	13
2.1.4.1 Penegertian Kualitas Pelayanan .....	12
2.1.4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	14
2.1.4.3 Indikaor Kualitas Pelayanan .....	15
2.1.5 Promosi .....	16
2.1.5.1 Pengertian Promosi .....	16
2.1.5.2 Bauran Promosi .....	17
2.1.5.3 Tujuan Promosi .....	18
2.1.5.4 Indikator Promosi .....	20
2.1.5.5 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pelaksanaan Promosi	20
2.1.6 Perilaku Konsume .....	21
2.1.7 Keputusan Pembelian .....	22
2.1.7.1 Pengrtian Keputusan Pembelian .....	22
2.1.7.2 Tahap – Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	23
2.1.7.3 Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	24
2.1.7.4 Indikator Keputusan Pembelian .....	26
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	27
2.1.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	27
2.1.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	28
2.2 Peneiti sebelumnya .....	29
2.3 Hipotesis dan Model Analisis .....	31

2.3.1	Hipotesis .....	31
2.3.2	Model Analisis .....	31
BAB III METODE PENELITIAN .....		33
3.1	Pendekatan Penelitian .....	33
3.2	Populasi dan Sampel .....	33
3.2.1	Populasi .....	33
3.2.2	Sampel .....	34
3.3	Identifikasi Variabel .....	35
3.4	Definisi Operasional Variabel .....	35
3.4.1	Kualitas Pelayanan. ....	35
3.4.2	Promosi .....	36
3.4.1	Keputusan Pembelian .....	36
3.5	Jenis dan Sumber Data .....	37
3.6	Prosedur Pengumpulan Data. ....	38
3.6.1	Wawancara .....	38
3.6.2	Observasi .....	38
3.6.3	Kuesioner .....	39
3.7	Teknik Analisis .....	39
3.7.1	Uji Instrumen .....	39
3.7.1.1	Uji Validitas .....	39
3.7.1.2	Uji Reliabilitas .....	40
3.7.2	Uji Model .....	40
3.7.2.1	Uji Regresi Linier Berganda .....	40

3.7.3 Uji Hipotesis. ....	41
3.7.3.1 Uji Parsial (Uji t). ....	41
3.7.3.2 Koefisien Determinan ( $R^2$ ) ....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>43</b>
4.1 Gambaran Umum Subyek Penelitian .....	43
4.1.1 Sejarah <i>Online Shop</i> Shopee .....	43
4.1.2 Arti Logo <i>Online Shop</i> Shopee .....	44
4.1.3 Sistem Pembayaran dan Pengiriman Barang .....	45
4.2 Hasil Penelitian .....	46
4.2.1 Karakteristik Responden .....	46
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	46
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	47
4.2.3 Deskripsi Jawaban Responden .....	48
4.2.3.1 Kualitas Pelayanan (X1) .....	48
4.2.3.2 Promosi (X2) .....	50
4.2.3.3 Keputusan Pembelian (Y) .....	51
4.3 Analisis Data .....	52
4.3.1 Uji Instrumen .....	52
4.3.1.1 Uji Validitas .....	52
4.3.1.2 Uji Reliabilitas. ....	54
4.3.2 Uji Model .....	55
4.3.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	55

4.3.3 Uji Hipotesis .....	56
4.3.3.1 Uji Parsial (Uji t) .....	56
4.3.3.2 Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	58
4.4 Pembahasan .....	59
4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada <i>Online Shop</i> Shopee .....	59
4.4.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada <i>Online Shop</i> Shopee .....	60
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN .....	62
5.1 Kesimpulan .....	62
5.2 Saran .....	62
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	63
DAFTAR PUSTAKA .....	65
LAMPIRAN. ....	68

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Penelitian Sebelumnya .....	29
Tabel 3.1 Skala Pengukuran .....	37
Tabel 4.1 Hasil Karakteristik Usia .....	46
Tabel 4.2 Hasil Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4.3 Kategori Jawaban Responden .....	48
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Kualitas Pelayanan (X1) .....	48
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Promosi (X2) .....	50
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y) .....	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1) .....	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Promosi (X2) .....	53
Tabel 4.9 Hasil Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	55
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinan .....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 kerangka pemikiran .....	32
Gambar 4.1 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	57
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Promosi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	58

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner .....	68
Lampiran 2 Hasil Olah Data dan Tabulasi .....	74

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Online Shop* Shopee”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan dan Promosi, sedangkan variabel terikatnya dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purosive sampling*, yang memiliki kriteria konsumen yang memiliki aplikasi *online shop* Shopee dan pernah melakukan pembelian produk di aplikasi *online shop* Shopee. Pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner, jumlah sampel sebanyak 70 responden. Teknik untuk uji hipotesis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Promosi dan Keputusan Pembelian**



## **ABSTRACT**

This study aims to determine "The Influence of Service Quality and Promotion on Consumer Purchase Decisions at Shopee Online Shops". The independent variable in this research is Service Quality and Promotion, while the dependent variable in this research is Purchase Decision.

Determination of the sample in this study using a nonprobability sampling method with purposive sampling technique, which has the criteria of consumers who have the Shopee online shop application and have purchased products in the Shopee online shop application. Data collection is in the form of distributing questionnaires, the number of samples is 70 respondents. The technique for testing the hypothesis is using multiple linear regression. The results showed that service quality had no effect on purchasing decisions, while promotions had an effect on purchasing decisions.

**Keywords: Service Quality, Promotion and Purchase Decision**

