

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE* SHOPEE**



Oleh :

Muhammad Ahnaf Balhmar

NPM : 17.1.02.11095

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2021

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE* SHOPEE**



Oleh :

MUHAMMAD AHNAF BALHMAR

NPM : 17.1.02.11095

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

STIESIA SURABAYA

2021

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE* SHOPEE**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Oleh:

MUHAMMAD AHNAF BALHMAR

NPM : 17.1.02.11095

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

STIESIA SURABAYA

2021

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI E-COMMERCE SHOPEE**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

MUHAMMAD AHNAF BALHMAR

NPM : 17.1.02.11095

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal 20 Oktober 2021

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Khuzaini, S.E., M.M.

Anggota : 1. Dr. Suhermin, S.E., M.M.

2. Anton Eko Yulianto, S.E., M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Khuzaini, S.E., M.M.

Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua STIESIA



Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **MUHAMMAD AHNAF BALHMAR**

N.P.M : **17.1.02.11095**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN, TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI E-COMMERCE SHOPEE**

Diuji pada tanggal 20 Oktober 2021, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagian tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 20 Oktober 2021
Yang membuat pernyataan,



Muhammad Ahnaf Balhmar

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Muhammad Ahnaf Balhmar
NPM : 17.1.02.11095
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya/ 31 Maret 1999
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak Ke : 4 (Empat)/1 (Satu)
Alamat Rumah Sekarang : Ikan sepat 5 no 20, Surabaya
RT/RW : 002/001
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Salim Balhmar
Alamat Rumah : Ikan sepat 5 no 20
Alamat Kantor : -
Pekerjaan : Wiraswata

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat TK : TK Al-Irsyad tahun 2006
2. Tamat SD : SD Muhammadiyah 19 tahun 2011
3. Tamat SMP : SMP Al-Irsyad Surabaya tahun 2014
4. Tamat SMA : SMA Al-Irsyad Surabaya tahun 2017
5. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VIII	2017-2021	Mahasiswa

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Pekerjaan	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Muhammad Ahnaf Balhmar

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik skripsi dengan judul “**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI E-COMMERCE SHOPEE**”

Dalam skripsi ini dijabarkan tentang pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian oleh pengguna aplikasi *e-commerce* Shopee.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih belum sepenuhnya sempurna meskipun dilakukan sebaik-baiknya.

Penyelesaian penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, bimbingan dan saran yang utama dari kedua orangtua tercinta Bapak dan Ibu yang tiada henti-hentinya memberikan dukungan support, do'a, serta materi untuk saya selama mengerjakan skripsi ini hingga selesai dan materi semua pihak. Oleh karena itu, dengan dengan kerendahan hati dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Dr. Suwitho, M.Si. selaku ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Dr. Khuzaini, SE., M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu dalam membimbing dan memberi petunjuk yang bermanfaat untuk terselesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Dr. Triyonowati, M.Si. selaku dosen wali yang telah memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen beserta staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

6. Para staff dan karyawan Pt Mahita Karya Persada Teknik yang telah membantu dalam pengerjaan penelitian skripsi.
7. Kepada kedua orang tua dan adik-adik saya yang selalu memberikan saya dukungan secara moril maupun materil serta doa yang selalu diberikan kepada saya untuk kelancaran penulisan skripsi.
8. Kepada keluarga besar saya yang selalu memberikan saya semangat dan dukungan do'a selama mengerjakan skripsi hingga selesai.
9. Kepada teman kelas angkatan SM1 2017 yang memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi.
10. Kepada sahabat saya tercinta Yulianis, Vany, Lalak, Fira, Abah, Ahnaf syamlan, Indra ahmed, Refa angraini & sutyoso ramdhani, yang selalu memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih belum sempurna. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi pembaca.

Surabaya, 20 Oktober 2021

Muhammad Ahnaf Balhmar

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	10
BAB 2. TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ...	11
2.1 Tinjauan Teoritis.....	11
2.1.1 Definisi Pemasaran	11
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	11
2.1.3 Bauran Pemasaran	12
2.1.4 Internet.....	13
2.1.5 E-Commerce	16
2.1.6 Harga	18
2.1.7 Promosi.....	21
2.1.8 Kualitas Pelayanan	23
2.1.9 Keputusan Pembelian	24
2.2 Penelitian Terdahulu	25

2.3 Rerangka Pemikiran.....	27
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	27
BAB 3. METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi Penelitian	30
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data	32
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	35
3.4.1 Variabel	35
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	36
3.5 Uji Instrumen.....	38
3.6 Teknik Analisis Data	39
3.6.1 Metode Analisis Deskriptif.....	39
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	40
3.6.4 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	42
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	42
3.6.6 Uji Hipotesis (Uji t).....	43
BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Hasil Penelitian	44
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	44
4.1.2 Gambaran Umum Subyek Penelitian	47
4.1.3 Deskriptif Hasil Variabel Penelitian.....	48
4.2 Analisis Data	50
4.2.1 Hasil Uji Instrumen	50
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	53
4.2.4 Uji Kelayakan Model.....	56
4.2.5 Uji Hipotesis (Uji t).....	57
4.3 Pembahasan.....	58
4.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	58
4.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	59

4.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ..	59
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 2 Definisi Operasional	36
Tabel 3 Deskripsi Responden.....	47
Tabel 4 Deskripsi Varibel Penelitian	49
Tabel 5 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 7 Analisis Regresi Linier Berganda	52
Tabel 8 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 9 Hasil Uji Multikolinieritas	54
Tabel 10 Hasil Uji F.....	56
Tabel 11 Hasil Uji R ²	56
Tabel 12 Hasil Uji Hipotesis (uji t).....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pertumbuhan Bisnis E-commerce	3
Gambar 2 Rerangka Konseptual	27
Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian	68
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian	69
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	72
Lampiran 4 Analisis Data.....	77

