

**PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI MELALUI
APLIKASI SHOPEE FOOD**
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Merdeka Malang)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen**



**Disusun Oleh :
NADIA WANDA OKTAVIA
20022000074**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nadia Wanda Oktavia
Nomor Pokok : 20022000074
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Melalui Aplikasi Shopee Food (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Merdeka Malang)

Malang, 20 Februari 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi

Manajemen



Irany Windhyastiti, SE.,MM

Dosen Pembimbing



Drs. Nirwana, M.M



Prof. Dr. Fajar Supanto., SE., M.Si

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
MINAT BELI MELALUI APLIKASI SHOPEE FOOD
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Merdeka Malang)

Disiapkan dan disusun oleh :
NADIA WANDA OKTAVIA
20022000074

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 21 Februari 2024

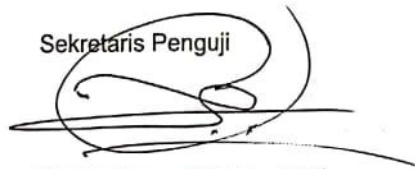
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



(Dr. Nirwana, MM)

Sekretaris Penguji



(Dr. Mohkamad Natsir, MM)

Anggota Penguji



(Dr. Tanto Gatot Sumarsono, M.Si)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 21 Februari 2024

Dekan fakultas ekonomi dan bisnis

Universitas merdeka malang



Prof. Dr. Fajar Supanto, SE., M.Si

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Nadia Wanda Oktavia

NIM : 20022000074

Program Studi : Manajemen

Bidang Kajian Skripsi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Melalui Aplikasi Shopee Food (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Merdeka Malang)

Alamat Rumah : Jl. Cokroaminoto, Gg. Mirah Bali no 24. Denpasar, Bali.

No. Telp/Hp : 08980589583

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut di atas adalah benar-benar karya saya dan tidak melakukan Plagiasi. Jika saya melakukan plagiasi maka saya bersedia untuk dicabut gelar akademik saya.

Malang, 21 Februari 2024



Nadia Wanda Oktavia

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Nadia Wanda Oktavia
Nomor Pokok : 20022000074
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Tempat Tanggal Lahir : Denpasar, 11 Oktober 2001
Alamat : Jl. Cokroaminoto, Gg. Mirah Bali no 24. Denpasar,
Bali.

Nama Orang Tua (Ayah) : Agus Kusnadi
(Ibu) : Ninik Handayani

Riwayat Pendidikan :

2008 – 2014 : SDN 12 Padang Sambian
2014 – 2017 : SMP PGRI 3 Denpasar
2017 – 2020 : SMK TI Bali Global Badung
2020 – 2024 : S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT sang maha segalanya, atas seluruh curahan rahmat dan hidayah-nya sehingga saya mampu menyelesaikan Skripsi yang Berjudul **“Pengaruh Bauran Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Melalui Aplikasi Shopee Food (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Merdeka Malang)”** ini tepat pada waktunya, Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis menyadari bahwa aktivitas ini dapat berjalan dengan baik serta penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa ada bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan syukur dan terima kasih kepada :

1. Tuhan yang Maha Esa, karena karena berkat Ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Prof. Dr. Anwar Sanusi, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Merdeka Malang.
3. Prof. Dr. Drs Fajar Supanto, M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
4. Ibu Irany Windhyastiti, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeritas Merdeka Malang.
5. Drs. Nirwana, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukan beliau, tenaga, kesabaran dan bimbingan yang bermafaat hingga terselesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberi Ilmu pengalaman yang berharga selama masa perkuliahan.

7. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan lancar.
8. Saudara penulis yakni Ruby Akajaya Gunadi dan Intan Kusuma Wati selaku Saudari Ipar penulis yang telah memberikan dukungan tanpa menuntut penulis.
9. Orang terdekat saya, Salma Fikri yang selalu memberikan waktu, dukungan dan bantuan serta tidak lupa selalu mendengarkan keluh kesah penulis saat menyelesaikan tugas pada masa kuliah.
10. Seluruh anggota Chocobi yang selalu meluangkan waktunya untuk mendengarkan serta memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
11. Teman-teman ku Resti Asih, Kak Rohmatul Afifah, dan Seluruh anggota kelas B yang selalu membantu serta menemani penulis pada masa perkuliahan.
12. Seluruh Pihak yang berperan secara langsung atau tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari dalam Skripsi ini masi terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan dalam perbaikan dikemudian hari. Namun demikian, besar harapan penulis bila skripsi ini dapat memberikan pengetahuan dan menjadi satu karya yang bermanfaat

Malang, 21 Februari 2024

(Nadia Wanda Oktavia)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori	6
1. Bauran Promosi.....	6
2. Kualitas Pelayanan.....	11
3. Minat Beli.....	16
4. Penelitian Terdahulu.....	18
5. Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Definisi Operasional Variabel	28
B. Lingkup Penelitian.....	30
C. Lokasi Penelitian	30
D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	30
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	32
F. Jenis dan Sumber Data.....	32
G. Teknik Pengumpulan Data	33
H. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV.....	41

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	41
A. Hasil Penelitian	41
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	64
BAB V.....	71
KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	72
C. Keterbatasan Penelitian	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3 Gambaran Umum Responden	41
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin.....	41
Tabel 5 Karakteristik Berdasar atas Tingkat Umur	42
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasar atas penghasilan perbulan	42
Tabel 7 Karakteristik kebiasaan Responden Dalam Membeli Makanan Secara Online	43
Tabel 8 Variabel Bauran Promosi	44
Tabel 9 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan	46
Tabel 10 Deskripsi Variabel Minat Beli.....	49
Tabel 11 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	53
Tabel 12 Hasil Uji Validitas Bauran Promosi.....	54
Tabel 13 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	55
Tabel 14 Hasil Uji Validitas Minat Beli.....	55
Tabel 15 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 16 Hasil Uji Normalitas.....	57
Tabel 17 Hasil Uji Multikolinieritas	58
Tabel 18. Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 19 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 20. Hasil Uji F	62
Tabel 21 Hasil Uji t.....	63
Tabel 22. Hasil Uji Koefisien Determinasi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual	24
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Kuisisioner	75
Lampiran 2. Tabulasi Data	81
Lampiran 3. Output SPSS	90
Lampiran 4. Berita Acara Bimbingan Skripsi	96
Lampiran 5. Berita Acara Perbaikan Skripsi	97
Lampiran 6. Hasil Cek Plagiasi.....	98

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh dari bauran promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli, khususnya dalam konteks Fitur Aplikasi Shopee, yang dikenal sebagai Shopeefood. Dalam mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan metode purposive sampling, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Setelah data terkumpul, analisis dilakukan melalui beberapa tahap, termasuk uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, hipotesis, dan analisis koefisien determinan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bauran promosi dan kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Artinya, elemen-elemen promosi yang terdapat dalam aplikasi Shopeefood, seperti diskon, promosi, dan penawaran khusus, bersama dengan kualitas pelayanan yang diberikan, memengaruhi minat beli konsumen. Selain itu pada saat ketika kedua variabel ini digabungkan, mereka secara bersama-sama juga memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat beli, menunjukkan bahwa kombinasi antara promosi yang efektif dan pelayanan yang berkualitas dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Variabel yang dominan dari penelitian ini adalah bahwa kualitas pelayanan ternyata memiliki pengaruh dominan terhadap minat beli. Hal ini menyoroti pentingnya pelayanan yang baik dalam menarik minat beli konsumen di platform e-commerce seperti Shopeefood. Faktor-faktor seperti kecepatan pengiriman, kemudahan pada saat proses pembelian, responsif terhadap keluhan konsumen, dan kualitas produk yang dijual dapat menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Dari hasil penelitian ini memberikan wawasan diharapkan para pengusaha terutama dalam sektor makanan dan minuman dapat menggunakan temuan ini untuk meningkatkan strategi promosi mereka serta meningkatkan kualitas pelayanan mereka guna meningkatkan minat beli konsumen dan pada akhirnya meningkatkan kinerja bisnis mereka secara keseluruhan.

Kata Kunci : Bauran Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Minat Pembelian.

ABSTRACT

This research aims to investigate the influence of the promotional mix and service quality on purchase intention, especially in the context of the Shopee Application Feature, known as Shopeefood. In collecting data, this research used a purposive sampling method, where respondents were selected based on certain criteria that were relevant to the research objectives. After the data was collected, the analysis was carried out through several stages, including testing validity, reliability, classical assumptions, hypotheses, and analysis of determinant coefficients.

The results of this research indicate that the promotional mix and service quality partially have a significant influence on purchase intention. This means that the promotional elements contained in the Shopeefood application, such as discounts, promotions and special offers, together with the quality of service provided, influence consumer buying interest. In addition, when these two variables are combined, they together also have a strong influence on purchase intention, indicating that the combination of effective promotions and quality service can increase consumer purchase interest.

The dominant variable from this research is that service quality turns out to have a dominant influence on purchase intention. This highlights the importance of good service in attracting consumer buying interest on e-commerce platforms such as Shopeefood. Factors such as speed of delivery, ease of the purchasing process, responsiveness to consumer complaints, and the quality of the products sold can be one of the main factors that influence consumer purchasing decisions.

The results of this research provide insight. It is hoped that entrepreneurs, especially in the food and beverage sector, can use these findings to improve their promotional strategies and improve the quality of their services in order to increase consumer buying interest and ultimately improve their overall business performance.

Keywords: Promotion Mix, Service Quality, and Purchase Interest.