

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
MARKETPLACE SHOPEE: STUDI KASUS PADA
MSIB BATCH 5 DI LMI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :
Adinda Brillian Nuki Octaviani
20022000216

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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Adinda Brilliant Nuki Octaviani
Nomor Pokok : 20022000216
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian* Di Marketplace Shopee: Studi Kasus Pada Msib Batch 5 Di LMI Surabaya

Malang, 13 Februari 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi Manajemen



(Irany Windhyastiti, SE., MM)

Dosen Pembimbing



(Maulid Agung Triono, SE.,MM)

Dekan

Fasilitas Ekonomi dan Bisnis



(Prof. Dr. H. Fajar Supanto, SE., M.Si)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI MARKETPLACE SHOPEE: STUDI KASUS PADA MSIB BATCH 5 DI
LMI SURABAYA**

Dipersembahkan dan disusun oleh :
ADINDA BRILLIAN NUKI OCTAVIANI
20022000216

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
Pada tanggal 20 Februari 2024

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji


Maulid Agung Triono SE., MM

Sekretaris Penguji


Drs. Pijyo Subdiyo, M. SI

Anggota Penguji


Maulid Agung Triono SE., MM

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 20 Februari 2024
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang



Prof DR. H. Fajar Supanto, SE., M.Si.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Adinda Brillian Nuki Octaviani

Nomor Pokok : 20022000216

Program Studi : Manajemen

Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh *Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian* Di Marketplace *Shopee*: Studi Kasus Pada Msib batch 5 Di LMI Surabaya

Lokasi Yang Diteliti : Msib Batch 5 Di LMI Surabaya

Alamat Rumah Asal : Gg.Terusan, Rt03/Rw01, Martapura, OkuTimur, Sumatra Selatan

Telp/HP : 082178433560

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.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 5 April 2024

Peneliti,



Adinda Brillian Nuki Octaviani

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Adinda Brillian Nuki Octaviani

Nomor Pokok : 20022000216

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tempat dan Tgl Lahir : Malang, 18 Oktober 2002

Alamat : Gg. Terusan, Rt 03/Rw 01, Martapura, Oku Timur,
Sumatra Selatan

Nama Orang Tua (Ayah) : Kiswandi

(Ibu) : Nunik Yasmani

Riwayat Pendidikan : SDN 06 Martapura (2006 – 2012)

SMPN 1 Martapura (2012 – 2015)

SMAN 3 Martapura (2015 – 2018)

D3 Universitas Merdeka Malang (2020 – 2023)

S1 Universitas Merdeka Malang (2020 - 2024)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala berkat dan karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian* Di Marketplace *Shopee*: Studi Kasus Pada Msib Batch 5 Di LMI Surabaya”. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak terkait. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Dr. Fajar Supanto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Irary Windhyastiti, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
3. Maulid Agung Triono SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, nasehat dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen, beserta segenap civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
5. Superhero dan Panutanku, Ayahanda Kiswandi sebagai donatur pusat dan Nunik Yasmani sebagai bundahara yang telah merawat,

membesarkan, dan mendidik saya dengan segenap kasih dan cinta, serta kakak saya Kenindu Angraini dan Iyi, yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, dukungan, bantuan, dan nasehat tak henti-henti kepada saya. Semoga mereka bangga dengan segala proses dan perjuangan saya.

6. Kepada kekasih hati saya, Yudha Shandy Nararya terimakasih telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini. Yang menemani, meluangkan waktu, tenaga, pikiran ataupun materi kepada saya. Memberikan semangat untuk terus maju tanpa kenal lelah kata menyerah dalam segala hal untuk meraih apa yang menjadi impian saya.
7. Ucapan terima kasih kepada teman, sahabat yang seperti saudari di perantauan, Blandina Siti A.Md.Li., S.Ak., CTT. yang senantiasa menemani penulis dan jatuh bangun bersama penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Rekan-rekan terkasih saya yang saya banggakan karna telah berhasil meraih gelar pertama A.Md, Li bersama, Dian, Dyso, Angel, Rain, Ina. Terimakasih untuk doa yang tiada henti bagi saya. Semoga saya dan sahabat-sahabat saya termasuk Icha dan Faruq dapat terus bersama dan meraih impian serta melanjutkan masa depan dengan harapan yang akan selalu ada.
9. Kepada sahabat holiday saya yang tak kalah penting kehadirannya, Yuyun, Nopret, Tir, Rismek, dan Cabrot. Terimakasih telah menjadi bagian dari cerita hidup perjalanan penulis ini. Terimakasih untuk selalu

senantiasa memberikan dukungan, kasih sayang, nasehat, dan hiburan di Nine apabila saya mengeluh pusing sedikit.

10. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah berperan secara langsung maupun tidak langsung, untuk membantu saya hingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik.

11. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri atas segala tekad, kerja keras, dan selalu kuat yang selama ini terus membara. Terima kasih karena diri ini selalu kuat dan tidak menyerah walaupun selalu ada badai masalah dan kesulitan, sehingga saya bisa ada di titik ini dan akan selalu berdiri tegak menggapai cita-cita.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari segala keterbatasan pada penelitian ini yang disebabkan oleh keterbatasan penulis. Oleh karena itu penulis berharap kritik dan saran yang membangun dari seluruh pihak untuk keberlanjutan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak. .

Malang, 03 April 2024

Penulis,



Adinda Brillian Nuki Octaviani

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. Kualitas Produk	8
2. Harga	10
3. Promosi	12
4. Keputusan Pembelian.....	14
B. Penelitian Terdahulu	16
C. Pengembangan Hipotesis	19
1. Kerangka Konseptual	19
2. Hipotesis.....	19

BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Definisi Operasional Variabel	23
B. Lingkup Penelitian.....	24
C. Lokasi Penelitian	25
D. Populasi dan Teknik Penarikan Sample	25
1. Populasi.....	25
2. Sample	25
E. Jenis dan Sumber Data.....	25
1. Jenis Data	25
2. Sumber Data	26
F. Teknik Pengumpulan Data	26
G. Teknik Analisis Data.....	29
1. Uji Validitas.....	29
2. Uji Reliabilitas	30
3. Uji Normalitas	31
4. Uji Multikolinieritas.....	31
5. Uji Heteroskedasitas.....	32
6. Analisis Regresi Linear berganda	33
7. Uji Hipotesis	33
8. Uji Determinasi	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	37
A. Hasil Penelitian	37
1. Profil Perusahaan	37
2. Analisis Hasil Penelitian.....	39
3. Uji Instumen Penelitian	49
4. Analisis Statistik Deskriptif	52
5. Uji Asumsi Klasik	55

6. Analisis Regresi Linier	57
7. Pengujian Hipotesis	59
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
1. Deskripsi Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian.....	62
2. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.....	63
3. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian.....	64
4. Promosi Mempunyai Pengaruh Dominan terhadap Keputusan Pembelian	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 2. Kisi – Kisi Kuesioner	27
Tabel 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	39
Tabel 5. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X1)	40
Tabel 6. Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X2)	42
Tabel 7. Distribusi Frekuensi Variabel Promosi (X3)	45
Tabel 8. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 9. Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)	49
Tabel 10. Uji Validitas Variabel Harga (X2)	50
Tabel 11. Uji Validitas Variabel Promosi (X3)	50
Tabel 12. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	51
Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 14. Statistik Deskriptif Kualitas Produk (X1)	53
Tabel 15. Statistik Deskriptif Harga (X2)	53
Tabel 16. Statistik Deskriptif Keputusan Promosi (X3)	54
Tabel 17. Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	54
Tabel 18. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov (K-S)	55
Tabel 19. Hasil Uji Multikolineritas	56
Tabel 20. Hasil Uji Heteroskedastisitas White	57
Tabel 21. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	57
Tabel 22. Hasil Uji Simultan (Uji F)	60
Tabel 23. Hasil Uji Parsial (Uji t)	61
Tabel 24. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Data Marketplace Penyambung Omzet (KIC)	2
Gambar 2. Kerangka Konseptual Penelitian	19

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	71
Lampiran 2. Frekuensi Data Responden.....	75
Lampiran 3. Tabulasi Jawaban Responden.....	75
Lampiran 4. Hasil Distribusi Frekuensi.....	81
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas.....	88
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas.....	93
Lampiran 7. Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik.....	94
Lampiran 8. Hasil Analisis Uji Regresi Linier Berganda.....	95
Lampiran 9. Hasil Pengujian Hipotesis.....	96
Lampiran 10. Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	97
Lampiran 11. Berita Acara Perbaikan Skripsi.....	98
Lampiran 12. Surat Keterangan Pemeriksaan Kemiripan.....	99
Lampiran 13. Hasil Cek Similarity Ithenticate.....	100

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian di marketplace Shopee. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil studi kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Batch 5 di Lembaga Manajemen Indonesia (LMI) Surabaya. Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan wawancara langsung kepada responden. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di marketplace Shopee. Implikasi manajerial dan saran untuk penelitian selanjutnya juga dibahas.

Kata kunci: kualitas produk, harga, promosi, keputusan pembelian, marketplace Shopee, MSIB Batch 5, LMI Surabaya

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality, price, and promotion on purchase decisions on the Shopee marketplace. The study was conducted by taking a case study of students from the Business Management Program Batch 5 at the Indonesia Management Institute (LMI) Surabaya. Data collection methods involved questionnaires and direct interviews with respondents. The collected data were analyzed using multiple linear regression analysis. The results showed that product quality, price, and promotion have a positive and significant influence on purchase decisions on the Shopee marketplace. Managerial implications and suggestions for further research are also discussed.

Keywords: product quality, price, promotion, purchase decisions, Shopee marketplace, MSIB Batch 5, LMI Surabaya