

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA SHOPEE DIKALANGAN MAHASISWA KOTA
BATAM
SKRIPSI**



Oleh :

Farida.Nurjanah

180910375

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA SHOPEE DIKALANGAN MAHASISWA KOTA
BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar sarjana**



Oleh :

**Farida.Nurjanah
180910375**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Farida Nurjanah

NPM/NIP : 180910375

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi " yang saya saya buat dengan judul:

"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOPEE DI KALANGAN MAHASISWA KOTA BATAM"

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi, tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis ataupun diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun,

Batam, 12 Januari 2022



Farida Nurjanah

NPM: 180910375

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA SHOPEE DIKALANGAN MAHASISWA KOTA
BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar sarjana**

Oleh :

**Farida.Nurjanah
180910375**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Batam, 12 Januari 2022**



Asron Saputra, S.E., M.Si.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Shopee dikalangan mahasiswa Kota Batam. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan menggunakan *purposive sampling* sebanyak 315 responden, diolah menggunakan SPSS versi 25 dengan hasil penelitian diketahui t hitung sebesar $6,421 > t$ tabel $1,976$ dan nilai signifikansinya yakni $0,000 < 0,05$ yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi diketahui t hitung $7,632 > t$ tabel $1,976$ dan nilai signifikansinya yakni $0,000 < 0,05$ yang artinya promosi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian terdapat pengaruh dan signifikan secara simultan (bersama-sama) antara kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Shopee dikalangan mahasiswa Kota Batam dapat dilihat dari nilai F sebesar $103,983$ (F hitung) $> 3,024$ (F tabel) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality and promotion on purchasing decisions at Shopee among Batam City students. This type of research is quantitative research, using purposive sampling as many as 315 respondents, processed using SPSS version 25 with the results of the study known that t count is $6.421 > t \text{ table } 1.976$ and the significance value is $0.000 < 0.05$ which means service quality has an effect and is significant on decisions. purchase. Promotion is known to have t count $7.632 > t \text{ table } 1.976$ and the significance value is $0.000 < 0.05$, which means that promotion has an effect and is significant on purchasing decisions. Then there is a simultaneous and significant effect (together) between service quality and promotion on purchasing decisions at Shopee among Batam City students, it can be seen from the F value of 103.983 (F count) > 3.024 (F table) with a significance value of $0.000 < 0, 05$

Keyword : Service Quality, Promotion and Buying Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih jauh dari kata sempurna baik materi maupun cara penulisannya. Namun demikian, kami telah berupaya dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat kami harapkan untuk menyempurnakan makalah selanjutnya. Akhirnya kami berharap makalah ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husada, S.Kom., M.Si selaku Rektor Universitas Putera Batam
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
4. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si selaku pembimbing skripsi
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini sudah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis
6. Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang tua penulis yaitu Bapak Sangadi, Ibu Sri Subekti, dan juga Ibu Karmila Parda, S.Pd. terima kasih yang tak terhingga atas dukungannya selama ini kepada penulis dan juga bantuan baik secara material dan immaterial hingga terselesaikannya studi dan memperoleh gelar sarjana manajemen

7. Novani Shadilla Mahendra, Kartika Yonna, Adetami dan Selvia Safitri selaku teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen yang selalu memberikan saran dan masukan agar dapat menyelesaikan skripsi ini
8. Muhammad Nur Ikhsyan,S.Kom yang selalu membatu dan memberikan semangat berupa motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Yunniar, Erlinda dan Wira sahabat yang setia memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh responden yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.

“I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me never quiting for just being me at all time”

Batam, 12 Januari 2022

Penulis



Farida Nurjanah



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Batasan Masalah	12
1.4 Rumusan Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Kajian Teori.....	15
2.1.1 Kualitas Pelayanan	15
2.1.2 Promosi	19
2.1.2.1 Pengertian Promosi.....	19
2.1.3 Keputusan Pembelian	21
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
2.3.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3.2 Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	27

2.3.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.4 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Sifat Penelitian	31
3.3 Lokasi dan Peiode Penelitian.....	31
3.3.1 Lokasi Penelitian	32
3.3.2 Periode Penelitian	32
3.4 Populasi dan Sampel	32
3.4.1 Populasi.....	32
3.4.2 Teknik Penentuan Jumlah Sampel.....	33
3.4.3 Teknik Sampling	35
3.5 Sumber Data	35
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian	37
3.7.1 Operasional Variabel	37
3.7.2 Variabel Indpenden.....	37
3.7.3 Variabel Dependen	39
3.8 Metode Analisis Data	40
3.8.1 Analisi Deskriptif	40
3.8.2 Uji Kaulitas Data	42
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	43
3.8.4 Uji Pengaruh.....	44
3.8.5 Uji Hipotesis.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.1 Sejarah Singkat Shopee.....	48
4.1.2 Visi dan Misi Shopee di Indonesia	48
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	49
4.2.1 Profile Responden	49

4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	52
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	52
4.4 Analisis Data.....	57
4.4.1 Hasil Kaulitas data.....	57
4.4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	60
4.4.3 Hasil Uji Pengaruh.....	63
4.5 Pengujian Hipotesis.....	66
4.5.1 Hasil Uji T (Parsial).....	66
4.5.2 Hasil Uji F (Simultan).....	67
4.6 Pembahasan	68
4.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	69
4.7.1 Implikasi Teoritis.....	69
4.7.2 Implikasi Praktis.....	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Simpulan.....	72
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.1 Histogram	61
Gambar 4.2 Normal p-p plot Regression Standardized.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Periode Penelitian	32
Tabel 3.2 Jumlah Mahasiswa Program Studi Manajemen Tahun 2020	33
Tabel 3.3 Penentuan Sampel Penelitian Berdasarkan Rumus Slovin	35
Tabel 3.4 Skala Likert	37
Tabel 3.5 Operasional Variabel	40
Tabel 3.6 Rentang Skala.....	42
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Status Mahasiswa	51
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Penggunaan Aplikasi Shopee.....	51
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan	53
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Promosi.....	54
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Promosi (X2)	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedasitas	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	64
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi (R ²)	65
Tabel 4.16 Hasil Uji T (Parsial).....	66
Tabel 4.17 Hasil Uji F (Simultan).....	67

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	34
Rumus 3.2 Rentang Skala	41
Rumus 3.3 Regresi Linier Berganda	45