

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS  
PELAYANAN DAN PROMOSI ERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKOPEDIA**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Nurlaili**

**190910113**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS  
PELAYANAN DAN PROMOSI ERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKOPEDIA**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
Memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:**

**Nurlaili**

**190910113**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

## SURAT PERNATAAN ORIENTASI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Nurlaili  
NPM : 190910113  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKOPEDIA”**

Adalah benar hasil karya saya sendiri dan bukan “Duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat kaya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, ssaya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai peraturan perundang-undanganyang berlaku.

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

Batam, 28 Januari 2023



**Nurlaili**

**190910113**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS  
PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
TOKOPEDIA**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
Memperoleh gelar Sarjana**

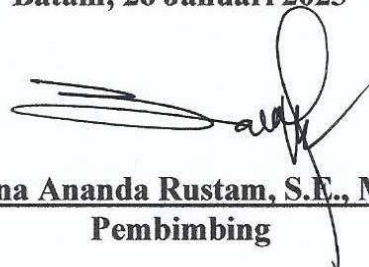
**Oleh:**

**Nurlaili**

**190910113**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
Seperti tertera dibawah ini**

**Batam, 26 Januari 2023**



**Triana Ananda Rustam, S.E., M.M  
Pembimbing**



---

**Universitas Putera Batam**

## ABSTRAK

Umumnya, masyarakat yang telah mendapatkan kebutuhan utamanya, maka konsumen juga akan memenuhi kebutuhan skundernya supaya dapat memaksimalkan taraf hidupnya. Salah satu produk sekunder yang diminati oleh kalangan masyarakat ialah fashion dengan mendapatkan kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi. memiliki fashion sesuai dengan kebutuhan merupakan impian yang diharapkan oleh masyarakat. Hal ini juga menjadi salah satu faktor pemicu maraknya pengusaha atau pedagang berlomba untuk membangun usahanya dengan berbagai macam strategi yang mampu menarik minat konsumen hingga keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan. Secara garis besar, tujuan dari penulisan melaksanakan penelitian ini adalah untuk mencai tahu pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada tokopedia dengan teknik pengumpulan *non-robability sampling* dan khususnya *teknik sampling* pada 100 orang jumlah responden. Data diperoleh dari pembagian angket digital atau *google form*, kemudian diolah dengan program SPSS 25. Pengujian data yang dilakukan ada beberapa yaitu, uji kualitas, uji asumsi klasik, uji pengaruh, serta uji hipotesis. Hasil yang dapat ditarik pengujian tersebut ialah terdapatnya pengaruh pada variabel dependen yang secara positif dan signifikan, baik pengaruh nya secara terpisah maupun secara bersamaan. Implikasi hasil penelitian dapat dijadikan bahan pertimbangan pafra pengusaha. Adapun faktor lain yang harus diperhatikan dalam menjalankan bisnis supaya pihak produsen dapat menaruh perhatian pada pentingnya keputusan pembelian konsumen sehingga dapat meningkatkan minat konsumen untuk melakukan transaksi pembelian pada toko sekaligus memperhatikan loyalitas konsumen.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk; Kualitas pelayanan; Promosi; Keputusan Pembelian konsumen

## ***ABSTRAK***

*Generally, people who have got their main needs, consumers will also fulfill their secondary needs in order to maximize their standard of living. One of the secondary products that are in demand by the public is fashion with quality products, service quality and promotions. Having fashion according to needs is a dream expected by society. This has also become one of the triggering factors for the rise of entrepreneurs or traders competing to build their businesses with various strategies that can attract consumer interest to consumer decisions to buy and use the products offered. Broadly speaking, the purpose of writing this research is to find out the effect of product quality, service quality, and promotion on consumer purchasing decisions at Tokopedia using non-Probability sampling techniques and specifically sampling techniques on 100 total respondents. Data were obtained from distributing digital questionnaires or Google forms, then processed using the SPSS 25 program. Several data tests were carried out, namely quality testing, classic assumption testing, influence testing, and hypothesis testing. The result that can be drawn from this test is that there is a positive and significant influence on the dependent variable, both separately and simultaneously. The implications of the research results can be taken into consideration by entrepreneurs. There are other factors that must be considered in running a business so that producers can pay attention to the importance of consumer purchasing decisions so as to increase consumer interest in making purchase transactions at stores while paying attention to consumer loyalty.*

***Keywords:*** *Product Quality; Service quality; Promotion; Consumer Purchase Decision*

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata (S1) pada program studi manajemen Universitas Putera Batam. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, 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. Ibu Triana Ananda Rustam, S.E., M.M., selaku Pembimbing Skripsi pada P4. Program studi manajemen Universitas Putera Batam
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan kepada penulis
6. Orang tua, dan keluarga yang selalu berdoa dan memberikan dukungan penuh kepada penulis
7. Seluruh teman-teman dan sahabat seperjuangan Universitas Putera Batam. Khususnya fakultas manajemen yang selalu memberikan dukungan dan menyemangati penulis selama penyusunan skripsi ini hingga selesai.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 19 Desember 2022

Nurlaili





---

**Universitas Putera Batam**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR RUMUS.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Batasan Masalah.....	12
1.4 Rumusan Masalah.....	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	14
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.6.2 Manfaat Praktis.....	14
BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan teori.....	17
2.1.1 Kualitas Produk.....	17
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	21
2.1.3 Promosi.....	24
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Kerangka Berpikir.....	33
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.4 Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III.....	38

METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Sifat Penelitian.....	38
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	39
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	39
3.3.2 Periode Penelitian.....	39
3.4 Populasi Dan Sampel.....	39
3.4.1 Populasi.....	39
3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel.....	40
3.4.3 Teknik Sampling.....	41
3.5 Sumber Data.....	41
3.5.1 Data Primer.....	41
3.5.2 Data Sekunder.....	42
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.7 Operasional Variabel Penelitian.....	42
3.7.1 Variabel Independen (X).....	42
3.7.2 Variabel Dependen (Y).....	42
3.8 Metode Analisis Data.....	44
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	44
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	45
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.8.4 Uji Pengaruh.....	48
3.8.5 Uji Hipotesis.....	49
BAB IV.....	52
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	53
4.2.1 Hasil Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.2.2 Hasil Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.2.3 Hasil Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	55
4.3.2 Deskripsi Kualitas Produk (X1).....	56
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	57
4.3.4 Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X3).....	59
4.3.4 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	60

4.4 Analisis Data.....	61
4.4.1 Uji Kualitas Data.....	61
4.4.2 Uji Validitas Data .....	61
4.4.3 Uji Reliabilitas .....	64
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	65
4.4.3 Uji Pengaruh .....	69
4.5 Pengujian Hipotesis .....	72
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial -Uji T.....	72
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F.....	73
4.6 Pembahasan.....	74
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Jiniso.id di Tokopedia. ....	74
4.6.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Jiniso.id Pada Tokopedia.....	75
4.6.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Jiniso.id Pada Tokopedia. ....	75
4.6.4 Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Jiniso.id di Tokopedia.....	76
4.7 Implikasi Hasil Penelitian .....	77
BAB V.....	80
PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran .....	81
DAFTAR PUSTAKA .....	83
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 2.1</b> Keranga Berfikir.....	35
<b>Gambar 4.1</b> Logo Jiniso.....	53
<b>Gambar 4.2</b> Grafik Histogram.....	67
<b>Gambar 4.3</b> Grafik P-Plot.....	67
<b>Gambar 4.4</b> Hasil Perolehan Uji Heteroskedastisitas.....	69

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	31
<b>Tabel 3.1</b> Periode Penelitian.....	39
<b>Tabel 3.2</b> Operasional Variabel Penelitian.....	43
<b>Tabel 3.3</b> Rentang Skala.....	45
<b>Tabel 4.1</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	53
<b>Tabel 4.2</b> Karakteristik responden Berdasarkan Usia.....	54
<b>Tabel 4.3</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	55
<b>Tabel 4.4</b> Kategori Rentang Skala.....	56
<b>Tabel 4.5</b> Hasil jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X1).....	57
<b>Tabel 4.6</b> Hasil Analisis deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	58
<b>Tabel 4.7</b> Analisis Deskriptif variabel Promosi (X3).....	69
<b>Tabel 4.8</b> Hasil Perolehan variabel Keputusan Pembelian (Y).....	60
<b>Tabel 4.9</b> Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	62
<b>Tabel 4.10</b> Uji Validitas Kualitas pelayanan (X2).....	62
<b>Tabel 4.11</b> Uji Validitas Promosi (X3).....	63
<b>Tabel 4.12</b> Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	64
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Uji Reliabilitas.....	65
<b>Tabel 4.14</b> Uji Kolmogorov-Smirnov.....	67
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Perolehan Uji Multikolinearitas.....	68
<b>Tabel 4.16</b> Perolehan Uji Regresi Linear Berganda.....	70
<b>Tabel 4.17</b> Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	71
<b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji T.....	72
<b>Tabel 4.19</b> Uji F.....	74

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3.1</b> Lemeshow.....	40
<b>Rumus: 3.2</b> Rentang Skala.....	45
<b>Rumus: 3.3</b> Regresi Linier Berganda.....	49
<b>Rumus: 3.4</b> F hitung.....	50