

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI SHOPEE**

SKRIPSI



Oleh:

**IAN LIM
210910045**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI SHOPEE**

SKRIPSI

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



Oleh:

**IAN LIM
210910045**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Ian Lim
NPM : 210910045
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE

Merupakan hasil atas suatu karya sendiri serta tidak “duplikasi” berdasarkan pada karya yang berasal dari orang lain. Sepemahaman saya, terdapat pada naskah Skripsi ini tidak ada karya ilmiah ataupun opini yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, terkecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini serta dipaparkan dalam sumber kutipan serta daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik 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, 06 Juli 2025


Ian Lim

210910045

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI SHOPEE**

SKRIPSI

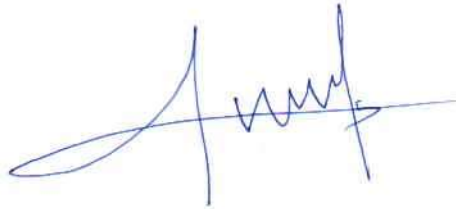
**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

Oleh:

**Ian Lim
210910045**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini**

Batam, 06 Juli 2025

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'W' followed by a series of loops and a horizontal line.

**Dr. Wasiman, S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Perkembangan e-commerce di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat, khususnya pada industri kosmetik. Shopee sebagai salah satu platform e-commerce terkemuka memegang peranan penting dalam memengaruhi perilaku pembelian konsumen. Salah satu merek kosmetik lokal terkemuka, Wardah, menggunakan Shopee sebagai media pendistribusian produknya secara daring. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, kualitas produk, dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada platform Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 385 responden yang merupakan pengguna aktif Shopee dan telah membeli produk Wardah dalam 12 bulan terakhir. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, kualitas produk, dan persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk terbukti menjadi faktor dominan dalam mendorong keputusan pembelian, diikuti oleh promosi yang efektif dan persepsi konsumen yang positif. Temuan ini menunjukkan pentingnya perusahaan untuk menjaga konsistensi kualitas produk dan memperkuat strategi promosi yang sejalan dengan ekspektasi konsumen digital. Persepsi konsumen juga terbukti berperan penting dalam membentuk kepercayaan dan niat pembelian. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya mengoptimalkan fitur-fitur promosi pada Shopee seperti live streaming, voucher eksklusif, dan kolaborasi dengan influencer. Selain itu, pengawasan keaslian produk pada platform digital perlu ditingkatkan agar persepsi konsumen tetap positif. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan literatur perilaku konsumen dalam konteks digital dan dapat digunakan sebagai referensi dalam merumuskan strategi pemasaran berbasis e-commerce.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Produk, Persepsi Konsumen, Keputusan Pembelian, Shopee, Wardah.

ABSTRACT

The development of e-commerce in Indonesia has experienced rapid growth, especially in the cosmetics industry. Shopee as one of the leading e-commerce platforms plays an important role in influencing consumer purchasing behavior. One of the leading local cosmetic brands, Wardah, uses Shopee as a medium for distributing its products online. This study aims to analyze the influence of promotions, product quality, and consumer perceptions on purchasing decisions for Wardah products on the Shopee platform. This study uses a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to 385 respondents who are active Shopee users and have purchased Wardah products in the last 12 months. The data collected was analyzed using multiple linear regression. The results showed that promotions, product quality, and consumer perceptions have a positive and significant effect on purchasing decisions. Product quality proved to be the dominant factor in driving purchasing decisions, followed by effective promotions and positive consumer perceptions. These findings indicate the importance of companies to maintain product quality consistency and strengthen promotional strategies that are in line with digital consumer expectations. Consumer perceptions have also been shown to play an important role in shaping trust and purchase intentions. The practical implication of this study is the need to optimize promotional features on Shopee such as live streaming, exclusive vouchers, and collaboration with influencers. In addition, supervision of product authenticity on digital platforms must be improved so that consumer perceptions remain positive. This study provides theoretical contributions to the development of consumer behavior literature in a digital context and can be used as a reference in formulating e-commerce-based marketing strategies.

Keywords: *Promotion, Product Quality, Consumer Perception, Purchase Decision, Shopee, Wardah.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari 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 dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala krendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufi-Nya, Amin.

1. Rektor Universitas Putera Batam; Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI.
2. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam; Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. 3.
3. Bapak Dr. Wasiman, S.E., M.M. dan Ibu Triana Ananda Rustam, S.E., M.M selaku pembimbing Proposal Program Studi Manajemen yang telah memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran dalam penyusunan Proposal ini;
4. Orang tua, keluarga serta teman-teman yang selalu mendukung dan mendoakan saya hingga saya bisa menyelesaikan proposal ini dengan baik

Batam, 06 Juli 2025

Ian Lim



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR RUMUS.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori.....	9
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	30
2.4 Kerangka Berpikir	33
2.5 Hipotesis	34

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	35
3.2 Operasional Variabel.....	36
3.3 Populasi dan Sampel	39
3.4 Jenis dan Sumber Data	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6 Teknik Analisis Data	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Responden.....	53
4.2 Uji Instrumen Penelitian	54
4.2.1 Uji Validitas	54
4.2.2 Uji Reliabilitas	55
4.3 Statistik Deskriptif.....	56
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.4.1 Uji Normalitas.....	57
4.4.2 Uji Multikolinearitas	58

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	59
4.5 Uji Hipotesis.....	60
4.5.1 Uji Regresi Linear Berganda.....	60
4.5.2 Uji t (Parsial)	61
4.5.3 Uji F (Simultan)	62
4.5.4 Koefisien Determinasi (R^2)	63
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	64

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	71

DAFTAR PUSTAKA	72
----------------------	----

LAMPIRAN.....	75
---------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	33
Gambar 4.1 Grafik P-P Plot untuk Uji Normalitas.....	57
Gambar 4.2 <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	37
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	43
Tabel 3.3 Rentang Skala Penelitian	45
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	53
Tabel 4.4 Uji Validitas Instrumen	54
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Instrumen	55
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel	56
Tabel 4.7 Uji Multikolinearitas (VIF)	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	60
Tabel 4.9 Hasil Uji t (Parsial)	61
Tabel 4.10 Hasil Uji F (Simultan)	62
Tabel 4.11 Nilai Koefisien Determinasi (R^2).....	63

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Sampel Cochran.....	41
Rumus 3.2 Rentang Skala	44
Rumus 3.3 Metode <i>Cronbach's Alpha</i>	46
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda	48
Rumus 3.5 Uji T	50
Rumus 3.6 Uji F.....	51