

**PENGARUH IKLAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS JUAL -
BELI *ONLINE* SHOPEE**

**(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BHAYANGKARA
JAKARTA RAYA PRODI MANAJEMEN ANGKATAN 2016)**

SKRIPSI

Oleh :

Desti Angelia

201510325321



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
TAHUN 2020**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Jual – Beli *Online* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Prodi Manajemen Angkatan 2016).

Nama Mahasiswa : Desti Angelia

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325321

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 30 Januari 2020

Jakarta, 3 Februari 2020

BIKSA MANUASTU DASI
MENYETUJUI,
JAKARTA RAYA
Pembimbing


Andrian, S.E., M.M

NIDN: 0321077102

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Keputusan Pembelian Pada Situs Jual – Beli
Online Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas
Bhayangkara Jakarta Raya Prodi Manajemen
Angkatan 2016).

Nama Mahasiswa : Desti Angelia

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325321

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 30 Januari 2020

Jakarta, 3 Februari 2020

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M
NIDN. : 0309048102

Penguji I : Andrian, S.E., M.M
NIDN. : 0321077102

Penguji II : M. Fadhli Nursal, SE., MM.
NIDN. : 0325057908

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Fakultas Ekonomi



M. Fadhli Nursal, SE., MM.
NIDN. : 0325057908

Dekan

Fakultas Ekonomi



Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, CA, CSKA, CMA, CACP
NIDN. : 0318107101

KATA PENGANTAR

Puji Serta Syukur penulis panjatkan pada kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan bimbingannya, penulis masih bisa diberikan kesehatan dan kemampuan dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH IKLAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS JUAL – BELI *ONLINE* SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA PRODI MANAJEMEN ANGKATAN 2016)”**.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat wajib Tugas Akhir yang harus ditempuh dalam Program Studi Manajemen di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan apresiasi kepada seluruh pihak atas tersusunnya skripsi ini. Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn.) Dr., Drs. H. Bambang Karsono, S.H.,M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, CA, CSRA, CMA, CACP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Hasanuddin, S.I.P., M.AP, sebagai Dosen Perwalian Akademik kami dikelas B-3 atas support dan dukungannya.
5. Bapak Andrian, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran dan dukungan kepada penulis.
6. Keluarga penulis, yang senantiasa memberi dukungan materi, motivasi dan do'a kepada penulis.
7. Rekan saya Riway yang senantiasa selalu membantu juga memberikan dukungan, waktu, dan motivasi untuk mendukung selama pengerjaan skripsi ini.

8. Rekan dan teman-teman dari Prodi Manajemen yang senantiasa bersedia membantu selama pengerjaan skripsi ini.
9. Teman-teman B-3 Manajemen yang saling berjuang, membantu dan memotivasi satu sama lain.

Akhir kata semoga hasil Karya Ilmiah ini dapat bermanfaat serta sebagai bahan petunjuk bagi adik-adik junior nantinya.

Jakarta, 30 Januari 2020

Hormat Saya,



Desti Angelia

ABSTRAK

Desti Angelia, 201510325321. *Pengaruh Iklan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Jual – Beli Online Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Prodi Manajemen Angkatan 2016).*

Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui Pengaruh dari Iklan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dan melakukan pengolahan data menggunakan SPSS. Jumlah sampel sebesar 152 yang ditentukan dengan menggunakan rumus *Linear Time Function*, dan menggunakan metode pengambilan sample dengan *purposive sampling*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara parsial a). Iklan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, b). Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Dan secara simultan Iklan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Iklan, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Desti Angelia, 201510325321. *The Impact of Advertising and Service Quality on Buy Decision on Shopee E-Commerce (Case on Management Major of Bhayangkara Jakarta Raya University student Force 2016).*

The purpose of this thesis is to know the impact of advertising and service quality on shopping decision. The thesis was prepared using quantitative method and data processed using SPSS. The number of sample on this thesis is 152 and determined using Linear Time Function formula, and using purposive sampling for data collecting. The result from the thesis that a.) Advertising affect Buy decision partially, b.) Service Quality affect Buy decision partially. And that the advertising and service quality affect with significant to the buy decision simultaneously.

Keyword : Advertising, Service Quality, Buy Decision.



LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Iklan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Jual – Beli *Online* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Prodi Manajemen Angkatan 2016)”

Ini adalah benar – benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sesuai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan ijin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 30 Januari 2020

Penulis,



Desti Angelia

NPM: 201510325321

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Pemasaran (<i>Marketing</i>).....	8
2.1.2 Promosi.....	11
2.1.3 Periklanan.....	12

2.1.4 Kualitas Layanan.....	16
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	19
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Berfikir.....	29
2.4 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.2 Metode dan Desain Penelitian.....	32
3.2.1 Metode Penelitian.....	32
3.2.2 Desain Penelitian	33
3.3 Populasi dan Sample.....	34
3.3.1 Populasi Penelitian.....	34
3.3.2 Sample Penelitian.....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5 Tahapan Penelitian.....	37
3.6 Operasional Variabel.....	38
3.6.1 Variabel Bebas (Variabel Independen).....	38
3.6.2 Variabel Terikat (Variabel Dependen).....	39
3.6.3 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	40
3.7 Teknik Analisis Data.....	44
3.7.1 Uji Validasi dan Reliabilitas.....	44
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.7.3 Metode Analisis Data.....	46
3.7.4 Pengujian Hipotesis	46
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	49

4.1 Profil Perusahaan.....	49
4.1.1 Profil Shopee.....	49
4.2 Hasil Analisis Deskriptif	53
4.2.1 Karakteristik Responden.....	53
4.3 Hasil Analisis Statistik.....	55
4.3.1 Uji Validitas.....	55
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	56
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
4.3.5 Uji t (Uji Parsial).....	61
4.3.6 Uji F (Uji Simultan).....	62
4.3.7 Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	63
BAB V PENUTUP	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Implikasi Manajerial.....	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	36
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	40
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Angkatan Mahasiswa.....	55
Tabel 4.4 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4.5 Hasil Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	60
Tabel 4.9 Hasil Uji t.....	61
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	62
Tabel 4.11 Hasil Uji R Square.....	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Hasil Survei APJJI Total Pengguna Internet Tahun 2017.....	2
Gambar 1.2 Survei APJJI Pengguna Internet Berdasarkan Usia Tahun 2017.....	.2
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan.....	19
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 3.1 Model Desain Penelitian.....	33
Gambar 4.1 Halaman Depan dan Metode Pembayaran Shopee.....	50
Gambar 4.2 Cuplikan Iklan Shopee.....	51
Gambar 4.3 Iklan Event Promo Shopee.....	51
Gambar 4.4 Pengunduhan Shopee via Playstore.....	52
Gambar 4.5 Grafik Heteroskedastisitas.....	.59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Surat Pengantar Izin Riset
2. Kuesioner Penelitian
3. Uji Plagiarisme
4. Uji Referensi Skripsi
5. Hasil Jawaban Responden (X1, X2, Y)
6. Identitas Responden
7. Data Jumlah Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Prodi Manajemen
8. Analisis Data SPSS
9. r Tabel
10. F Tabel
11. t Tabel
12. Daftar Riwayat Hidup

