

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
E-COMMERCE SHOPEE DI BEKASI UTARA**

SKRIPSI

Oleh :

Zidan Hoerul Mutazam

202110325347



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi
Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada
E-Commerce Shopee di Bekasi Utara

Nama Mahasiswa : Zidan Hoerul Mutazam

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325347

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Skripsi : 03 Februari 2025

Jakarta, 10 Februari 2025

MENYETUJUI

Pembimbing I



Widi Winarso, S.E., M.M
NIDN: 0319067606

Pembimbing II



Dody Kurniawan, S.E., M.M
NIDN: 0319087903

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga
Terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce*
Shopee di Bekasi Utara

Nama Mahasiswa : Zidan Hoerul Mutazam

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325347

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 03 Februari 2025

Jakarta, 10 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Neng Siti Komariah, S.E., M.M
NIDN: 0327128105

Sekretaris Tim Penguji : Haryudi Anas, S.E., M.S.M
NIDN: 0317117801

Penguji : Widi Winarso, S.E., M.M
NIDN: 0319067606



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen



Dr. Dovina Nayanti, S.T., M.M

NIDN: 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M

NIDN: 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zidan Hoerul Mutazam
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325347
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 18 Juni 2002
Alamat : Perumahan Bekasi Timur Permai Blok A10 No 4
Rt 22 Rw 12

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce* Shopee di Bekasi Utara” merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

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

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digunakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikan melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 10 Februari 2025
Yang membuat pernyataan



Zidan Hoerul Mutazam
202110325347

ABSTRAK

Zidan Hoerul Mutazam. 202110325347. Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Shopee di Bekasi Utara.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian di *E-Commerce* Shopee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori dan desain penelitian *cross-sectional*. Sampel penelitian terdiri dari jumlah responden yang dipilih menggunakan teknik *Accidental sampling*. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares (PLS) dengan bantuan software SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, 2) persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, 3) kualitas produk dan persepsi harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di *E-Commerce* Shopee.

Kata kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian, *E-Commerce*, Shopee.

ABSTRACT

Zidan Hoerul Mutazam. 202110325347. *The Influence of Product Quality and Price Perception on Purchase Decisions in E-Commerce Shopee in North Bekasi.*

This study aims to analyze the influence of product quality and price perception on purchase decisions in Shopee E-Commerce. This research employs a quantitative method with an explanatory approach and a cross-sectional research design. The research sample consists of number respondents selected using Accidental sampling technique. The research instrument is a questionnaire that has been tested for validity and reliability. Data analysis is conducted using the Partial Least Squares (PLS) method with the help of SmartPLS 3.0 software. The results show that: 1) product quality significantly affects purchase decisions, 2) price perception significantly affects purchase decisions, and 3) product quality and price perception simultaneously have a significant effect on purchase decisions in Shopee E-Commerce.

Keywords: Product Quality, Price Perception, Purchase Decision, E-Commerce, Shopee.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Shopee di Bekasi Utara”**. ini dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Strata 1 (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D, D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Yayan Hendayana, SE., M.M Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Widi Winarso, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu, mengarahkan dan membimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Dody Kurniawan, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu, mengarahkan dan membimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibuk Neng Siti Komariah, S.E., M.M Selaku Ketua Penguji yang juga telah banyak membantu penulis, mengarahkan dan membimbing sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Haryudi Anas, S.E., M.S.M Selaku Sekretaris Tim Penguji yang juga telah banyak membantu penulis, mengarahkan dan membimbing sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Dody Kurniawan, S.E., M.M Selaku Dosen Akademik selama menjadi Mahasiswa di Universitas Bhaangkara Jakarta Raya.
9. Bapak/ibu Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
10. Kedua Orang Tua, Ayah dan Mamah yang selalu memberikan dukungan baik dalam do'a, motivasi maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan semua pihak yang berkepentingan.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Batasan Masalah	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	16
2.1 Kualitas Produk	16
2.1.1 Pengertian Kualitas Produk	16
2.1.2 Dimensi Kualitas Produk	17
2.1.3 Indikator Kualitas Produk	18
2.1.4 Faktor-faktor Kualitas Produk	19
2.2 Persepsi Harga	20
2.2.1 Pengertian Persepsi Harga	20
2.2.2 Faktor-faktor Persepsi Harga	21
2.2.3 Indikator Persepsi Harga	23
2.3 Keputusan Pembelian	24
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	24
2.3.2 Tahapan Keputusan Pembelian	25
2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian	26
2.4 Telaah Penelitian Terdahulu	27
2.5 Kerangka Pemikiran	29

2.6	Hipotesis	29
2.6.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.6.2	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.6.3	Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....		31
3.1	Desain Penelitian	31
3.2	Populasi dan Sampel	31
3.2.1	Populasi	31
3.2.2	Sampel.....	32
3.3	Jenis dan Sumber Penelitian	33
3.3.1	Jenis Data	33
3.4	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	34
3.4.1	Definisi Operasional Variabel	34
3.4.2	Skala Pengukuran.....	36
3.5	Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	37
3.5.1	Metode Analisis Data	37
1.6.1	Pengujian Hipotesis (<i>Bootstraping</i>)	40
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Gambaran Umum.....	41
4.1.1	Profil Perusahaan.....	41
4.1.2	Visi Misi Perusahaan.....	42
4.1.3	Logo Perusahaan	44
4.2	Hasil Penelitian	44
4.2.1	Identitas Responden	44
4.3	Hasil Analisis Data	49
4.3.1	Skema Model Partial Least Square.....	49
4.3.2	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outher Model</i>).....	49
4.3.3	Evaluasi Model Struktual (<i>Inner Model</i>).....	55
4.4	Pengujian Hipotesis	57
4.4.1	Uji T	57
4.4.2	Uji Simultan (Uji F)	58
4.6	Pembahasan Hasil Hipotesis	61
BAB V PENUTUP.....		64
5.1	Kesimpulan	64
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	64
5.3	Saran	64
DAFTAR PUSTAKA		68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 3.2 Sekala <i>Likert</i>	36
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Profesi	46
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Umur	47
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	51
Tabel 4.6 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	52
Tabel 4.7 Hasil <i>Cross Loading</i>	52
Tabel 4.8 Hasil <i>Composite Reability</i>	54
Tabel 4.9 Hasil Nilai <i>R-Square</i>	55
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Q-Square</i>	55
Tabel 4.11 Hasil Nilai <i>F-Square</i>	56
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Path Coefficients</i> (Uji Hipotesis).....	57
Tabel 4.13 Uji T	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4.1 Logo Shopee	44
Gambar 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Gambar 4.3 Karakteristik Berdasarkan Profesi.....	46
Gambar 4.4 Karakteristik Berdasarkan Umur.....	47
Gambar 4.5 Karakteristik Berdasarkan Domisili	48
Gambar 4.6 <i>Outer Model</i>	50

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 UJI PLAGIARISME.....	
LAMPIRAN 2 UJI REFERENSI.....	
LAMPIRAN 3 KUESIONER.....	
LAMPIRAN 4 TABULASI DATA.....	
LAMPIRAN 5 HASIL UJI SMARTPLS 3.0.....	
LAMPIRAN 6 BUKU BIMBINGAN.....	
LAMPIRAN 7 DATA DIRI.....	