

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *SOCIAL MEDIA*
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-*
COMMERCE SHOPEE**

SKRIPSI

Oleh :

K FARHAN RIZKI ABDULAZIZ

202010325463



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee

Nama Mahasiswa : K Farhan Rizki Abdulaziz

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325463

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Januari 2024



Dosen Pembimbing 1

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN. 0318087101

Dosen Pembimbing 2

Dr. Ari Sulistyowati, S.E., M.M
NIDN. 0331078303

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta)

Nama mahasiswa : K. Farhan Rizki Abdulaziz

Nomor pokok mahasiswa : 202010325463

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan bisnis.

Tahun Lulus Ujian Skripsi : 22 Januari 2024

Jakarta, 30 Januari 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN. 0329048302

Sekretaris Tim

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

Penguji : Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN. 0318087101



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M.

NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.AK

NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Shopee (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta).

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

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

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

Saya memberikan izin 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 2024

Yang Membuat pernyataan



K. Farhan Rizki Abdulaziz

202010325463

Abstrak

K.Farhan Rizki Abdul Aziz, 202010325463, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Shopee (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta)”.

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kualitas produk, harga, dan pemasaran melalui media sosial terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce Shopee. Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta sebagai responden, dengan tujuan untuk memahami perilaku pembelian mereka dalam konteks e-commerce.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan mengadopsi kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan informasi. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang terdaftar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta yang secara aktif melakukan pembelian melalui platform Shopee. Analisis data dilakukan menggunakan teknik regresi untuk menilai sejauh mana kualitas produk, harga, dan pemasaran melalui media sosial dapat memengaruhi keputusan pembelian.

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan pemahaman yang mendalam mengenai elemen-elemen yang mempengaruhi keputusan beli dalam platform e-commerce Shopee, terutama di antara mahasiswa yang berada di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta. Implikasi praktis dari penelitian ini dapat membantu platform e-commerce dan pelaku bisnis dalam mengoptimalkan strategi pemasaran mereka, meningkatkan kualitas produk, dan mengelola harga dengan lebih efektif untuk menarik konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi pada pemahaman akademis mengenai dinamika e-commerce dan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam konteks digital.

Kata kunci: shopee, kualitas produk, social media marketing, keputusan pembelian, harga

Abstract

K.Farhan Rizki Abdul Aziz, 202010325463, "The Influence of Product Quality, Price and Social Media Marketing on Purchasing Decisions at Shopee E-Commerce (Survey of Students at the Faculty of Economics, Bhayangkara University, Jakarta)".

This research aims to investigate the influence of product quality, price, and marketing via social media on purchasing decisions on the Shopee e-commerce platform. This research focuses on students from the Faculty of Economics and Business, Bhayangkara University, Jakarta as respondents, with the aim of understanding their purchasing behavior in the context of e-commerce.

This research uses a survey method by adopting a questionnaire as a tool to collect information. The respondents sampled in this research were students registered at the Faculty of Economics and Business, Bhayangkara University, Jakarta who actively made purchases via the Shopee platform. Data analysis was carried out using regression techniques to assess the extent to which product quality, price and marketing via social media can influence purchasing decisions.

It is hoped that this research will provide an in-depth understanding of the elements that influence purchasing decisions on the Shopee e-commerce platform, especially among students within the Faculty of Economics and Business, Bhayangkara University, Jakarta. The practical implications of this research can help e-commerce platforms and businesses optimize their marketing strategies, improve product quality, and manage prices more effectively to attract consumers and influence purchasing decisions. In addition, this research also contributes to academic understanding of the dynamics of e-commerce and the factors that influence consumer behavior in a digital context.

Keywords: Shopee, product quality, social media marketing, purchasing decisions, price

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Shopee (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta)”**, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya II.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin diselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Dr. Dovina Navianti, S.T.,M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Pertama Skripsi saya, Terimakasih atas waktu, bimbingan, saran dan semangat yang diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan semaksimal mungkin. Semoga bapak selalu diberi kesehatan dan dilindungi oleh Allah SWT.

5. Dr. Ari Sulistyowati, SE., MM selaku Dosen Pembimbing kedua Skripsi saya Terimakasih atas waktu, bimbingan, saran dan semangat yang diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan semaksimal mungkin. Semoga Ibu selalu diberi kesehatan dan dilindungi oleh Allah SWT.
6. Dosen Fakultas Ekonomi Manajemen, yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu yang berperan penting dalam proses pembelajaran di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Staf Fakultas Ekonomi dan Karyawan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
8. Kedua orang tua dan adik saya, Ayah, Ibu terimakasih telah memberikan segalanya serta pengorbanan dan selalu memberikan semangat serta senantiasa mendukung dan mendoakan dalam menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini.
9. Rekan terdekat penulis yang selalu memberikan dukungan, waktu, tenaga maupun pikiran untuk penulis bisa menyelesaikan proposal ini.
10. Teman dan Sahabat serta para saudara yang memberikan dukungan semangat dan doa.

Penulis menyadari proposal skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang Pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lebih lanjut.

Bekasi, 3 Oktober 2023



K. Farhan Rizki Abdul Aziz

202010325463

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	v
Abstrak.....	vii
Abstract.....	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	ixii
Daftar Gambar	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Sistematika Tugas Akhir.....	8
BAB II.....	9
TELAAH PUSTAKA.....	9
2.1 Telaah Pustaka.....	9
2.1.1 Teori Bauran Pemasaran.....	9
2.1.2 Kualitas Produk	12
2.1.3 Harga.....	17
2.1.4 <i>Social Media Marketing</i>.....	21
2.1.5 Keputusan Pembelian	27
2.2 Telaah Empiris.....	29
2.3 Kerangka Konseptual.....	31
2.4 Hipotesis.....	32
BAB III	36

METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Desain Penelitian.....	36
3.2 Populasi.....	36
3.3 Sampel.....	37
3.3 Jenis dan Sumber Data	37
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya	38
3.5 Skala Pengukuran.....	39
3.6 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	40
3.6.1 Uji Validitas	40
3.6.2 Uji Reliabilitas	41
3.6.3 Analisis Deskriptif	41
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.6.5 Analisis Regresi Linier Berganda	43
3.6.6 Pengujian Hipotesis.....	44
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Gambaran Umum Shopee.....	47
4.2 Karakteristik Responden	48
4.2.1 Jenis Kelamin Responden	48
4.2.2 Usia Responden	49
4.3 Hasil Analisis Data.....	49
4.4 Uji Instrumen Penelitian.....	50
4.4.1 Uji Validitas	50
4.4.2 Uji Reliabilitas	53
4.5 Asumsi-Asumsi Klasik Regresi.....	54
4.5.1 Uji Normalitas.....	55
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	57
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	59
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
4.6.1 Persamaan Regresi.....	60
4.6.2 Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.6.3 Uji F (Pengujian Model Regresi)	63

4.6.4 Uji T (t test / Parsial).....	64
4.7 Pembahasan.....	65
BAB V	84
PENUTUP	84
5.1 Kesimpulan	69
5.3 Saran	69
Daftar Pustaka	71
Lampiran	



Daftar Tabel

1. Tabel 2.1 Pra Survey Keputusan Pembelian pada Platform Shopee.....	45
2. Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	54
3. Tabel 3.2 Skala Likert.....	56
4. Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	63
5. Tabel 4.2 Usia Responden.....	63
6. Tabel 4.3 Hasil Statistik Deskriptif.....	64
7. Tabel 4.4 Uji Validitas X1.....	66
8. Tabel 4.5 Uji Validitas X2.....	66
9. Tabel 4.6 Uji Validitas X3.....	67
10. Tabel 4.7 Uji Validitas Y.....	67
11. Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Variabel.....	69
12. Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	70
13. Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	73
14. Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	74
15. Tabel 4.12 Hasil Persamaan Regresi.....	75
16. Tabel 4.13 Koefisien Determinasi.....	76
17. Tabel 4.14 Uji F.....	78
18. Tabel 4.15 Uji T.....	79



Daftar Gambar

1. Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia (Januari-September 2023).....	7
2. Gambar 1.2 Pencarian Mesin Pencari Promo Shopee melalui Google.....	9
3. Gambar 4.1 Histogram.....	66
4. Gambar 4.2 P-Plot.....	67



Daftar Lampiran

Lampiran 1 Uji Plagiarisme

Lampiran 2 Uji Referensi

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Data Responden

Lampiran 5 Hasil Uji IBM SPSS

Lampiran 6 Buku Bimbingan

Lampiran 7 Formulir Pendaftaran Ujian Skripsi

Lampiran 8 Lembar Persetujuan Pembimbing

