

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VENTELA
DI MARKETPLACE SHOPEE
(Generasi Z di Tambun Selatan)**

SKRIPSI

OLEH:

DWI ARIYANTO

202110325237



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

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi
Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu
Ventela di *Marketplace* Shopee (Generasi Z
di Tambun Selatan

Nama Mahasiswa : Dwi Ariyanto

Nomor Pokok : 202110325237

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2025

Jakarta, 28 Juli 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Dian Sudiantini, S.Pd., M.Pd

Bintang Narpati, S.E., MM

NIDN. 0401107703

NIDN. 0316077203

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi
Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu
Ventela di Marketplace Shopee (Generasi Z
di Tambun Selatan)

Nama Mahasiswa : Dwi Ariyanto

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325237

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2025

Jakarta, 28 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Muhammad Asif Khan, BA.,
LLB., LLM.
NIDN: 0303038004

Sekretaris Tim Penguji : Hasanuddin, S.I.P., M.AP
NIDN: 0302066905

Penguji : Dr. Dian Sudiantini, S.Pd., M.Pd
NIDN: 0401107703

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

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

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Dwi Ariyanto

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325237

Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 28 September 2002

Alamat : Jl Anggrek 1 No 10, RT 006/010, Taman Tridaya
Indah, Tambun Selatan, Kab. Bekasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela di Marketplace Shopee (Generasi Z di Tambun Selatan)". Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai kaidah penulisan karya 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 memberi 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, 28 Juli 2025
Yang Membuat Pernyataan,



Dwi Ariyanto

202110325237

ABSTRAK

Dwi Ariyanto 202110325237. Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Di *Marketplace* Shopee (Generasi Z di Tambun Selatan).

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui secara parsial dan simultan yaitu kualitas produk, promosi terhadap keputusan pembelian di *marketplace* shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* yang dihitung menggunakan rumus Hair et al. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari konsumen sepatu ventela di *marketplace* shopee pada generasi Z di Tambun Selatan dengan sampel 100 responden. Pengolahan data dan pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 30. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa kualitas produk dan promosi secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas produk, promosi terhadap keputusan pembelian

ABSTRACT

Dwi Ariyanto 202110325237. *The Influence of Product Quality, Promotion on Purchasing Decisions for Ventela Shoes in the Shopee Marketplace (Generation Z in South Tambun).*

The research conducted aims to determine simultaneously and partially, namely product quality, promotion on purchasing decisions in the Shopee marketplace. This study uses a quantitative approach with a purposive sampling technique calculated using the Hair et al. formula. The population in this study consisted of consumers of Ventela shoes in the Shopee marketplace in Generation Z in South Tambun with a sample of 100 respondents. Data processing and hypothesis testing were carried out using SPSS software version 30. The results of this study indicate that product quality partially has a significant positive effect on purchasing decisions. Promotion partially has a significant positive effect on purchasing decisions. The results of the simultaneous test show that product quality and promotion simultaneously have a significant positive effect on purchasing decisions.

Keywords: *Product quality, promotion on purchasing decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Di Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Tambun Selatan)”**

Penulis ini dilakukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana (S1) di jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Pada kesempatan ini penulis tidak lupa untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan dan bantuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini, terutama kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Supriyanto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing akademik yang membimbing dan memberi dukungan kepada penulis.
5. Dr. Dian Sudiantini, S.Pd., M.Pd., selaku dosen pembimbing I, dan Bintang Narpati, SE., MM. Selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, saran dan semangat yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin.
6. Buat Kedua Orang Tua saya yang sangat saya cintai yaitu Bapak Sutarno dan Ibu Julaekah , dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis, mereka tidak merasakan duduk di bangku kuliah, namun mereka bisa mengkuliahkan penulis sampe detik penusunan proposal, memotivasi penulis dan memberi dukungan, mereka mampu mendidik penulis, terima kasih untuk doanya yang di panjatkan selama ini dan kerja keras.

Semoga ALLAH SWT membalas semua kebbaikannya yang telah kalian berikan kepada penulis selama ini, dan di panjangkan umur kedua orang tua penulis. Amin.

7. Buat saudara kandung penulis yaitu kaka dan adik saya terima kasih telah memberi dukungan kepada penulis.
8. Terima kasih kepada sahabat seperjuangan saya yaitu daffa, fajar, andika, raffi, benaya, michael, widi, bagus yang telah banyak berpartisipasi dalam pembuatan skripsi ini, serta memberikan dukungan, kebersamaan dan membuat penulis optimis dalam mengerjakan semua ini sampai dengan selesai.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu namanya, yang telah banyak membantu, menemani, mendoakan serta memberi semangat dan dukungan kepada penulis.
10. Pada akhirnya, saya menyampaikan apresiasi kepada diri saya sendiri, Dwi Ariyanto, atas komitmen dan tanggung jawab dalam menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih atas keteguhan hati dan semangat juang yang terus terjaga hingga saat ini, meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi. Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada diri saya yang telah mampu bersabar dan tetap berproses, walaupun tengah menjalani masa pengobatan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masi jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis, Oleh karena itu, diharapkan kritik dan saran yang membangun untuk skripsi ini agar lebih baik lagi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 28 Juli 2025

Penulis

Dwi Ariyanto
202110325237

DAFTAR ISI

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.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Batasan Masalah	11
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1 Keputusan Pembelian.....	13
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	15
2.2 Kualitas Produk.....	15
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	15
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	16
2.2.3 Indikator Kualitas Produk	17
2.3 Promosi	17
2.3.1 Pengertian Promosi	17
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi	18
2.3.3 Indikator Promosi.....	19

2.4 Telaah Empiris	19
2.5 Kerangka Konseptual.....	22
2.6 Hipotesis Penelitian	22
2.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pelanggan	22
2.6.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.6.3 Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Populasi dan Sampel	25
3.2.1 Populasi.....	25
3.2.2 Sampel.....	26
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.5 Operasional Variabel	29
3.6 Metode Analisis Data.....	29
3.6.1 Analisis Statistik	29
3.7 Uji Instrumen	30
3.7.1 Uji Validitas.....	30
3.7.2 Uji Reliabilitas	30
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.8.1 Uji Normalitas.....	31
3.8.2 Uji Multikolinieritas.....	31
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas.....	32
3.9 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.10 Uji Hipotesis	33
3.10.1 Uji Parsial (Uji T)	33
3.10.2 Uji Simultan (Uji F).....	33
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	35
4.1.1 Profil Ventela	35
4.1.2 Profil Shopee.....	35
4.2 Deskripsi Data.....	36
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	36
4.2.2 Identitas Responden	37
4.3 Hasil Data.....	40

4.3.1 Uji Validitas	40
4.3.2 Uji Reliabilitas	42
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	43
4.4.1 Uji Normalitas.....	43
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	44
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	45
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	46
4.6 Uji Hipotesis	47
4.6.1 Uji T (Uji Parsial)	47
4.6.2 Uji F (Uji Silmutan)	49
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	50
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	51
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.7.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	51
4.7.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
BAB V PENUTUP.....	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	54
5.3 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Situs E-commerce Kunjungan Terbanyak Di Indonesia	4
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Skala Likert	28
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	29
Tabel 4. 1 Mekanisme Penyebaran Kuesioner	36
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4. 3 Karakteristik berdasarkan usia	38
Tabel 4.4 Pengguna Marketplace Shopee	39
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian	39
Tabel 4. 6 Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	40
Tabel 4. 7 Uji Validitas Promosi (X2)	41
Tabel 4. 8 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	41
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4. 10 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	43
Tabel 4. 11 Uji Multikolinearitas	44
Tabel 4. 12 Analisis Regresi Linier Berganda	46
Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial T	48
Tabel 4. 14 Uji F (Silmutan)	49
Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	3
Gambar 1. 2 Peminat Merek Sepatu Ventela	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	22
Gambar 4. 1 Logo Ventala	35
Gambar 4. 2 Uji Heteroskedastisitas	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Uji Plagiarisme	64
Lampiran 2: Uji Referensi.....	67
Lampiran 3: Lembar Kuesioner	72
Lampiran 4: Tabulasi Data Responden	76
Lampiran 5: Tabel Output SPSS 30	85
Lampiran 6: Buku Bimbingan.....	109
Lampiran 7: Daftar Riwayat Hidup.....	113

