

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE  
DI JAKARTA PUSAT**

**TUGAS AKHIR**

**TASYA JOGI  
1831123402504873**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2022**

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE  
DI JAKARTA PUSAT**

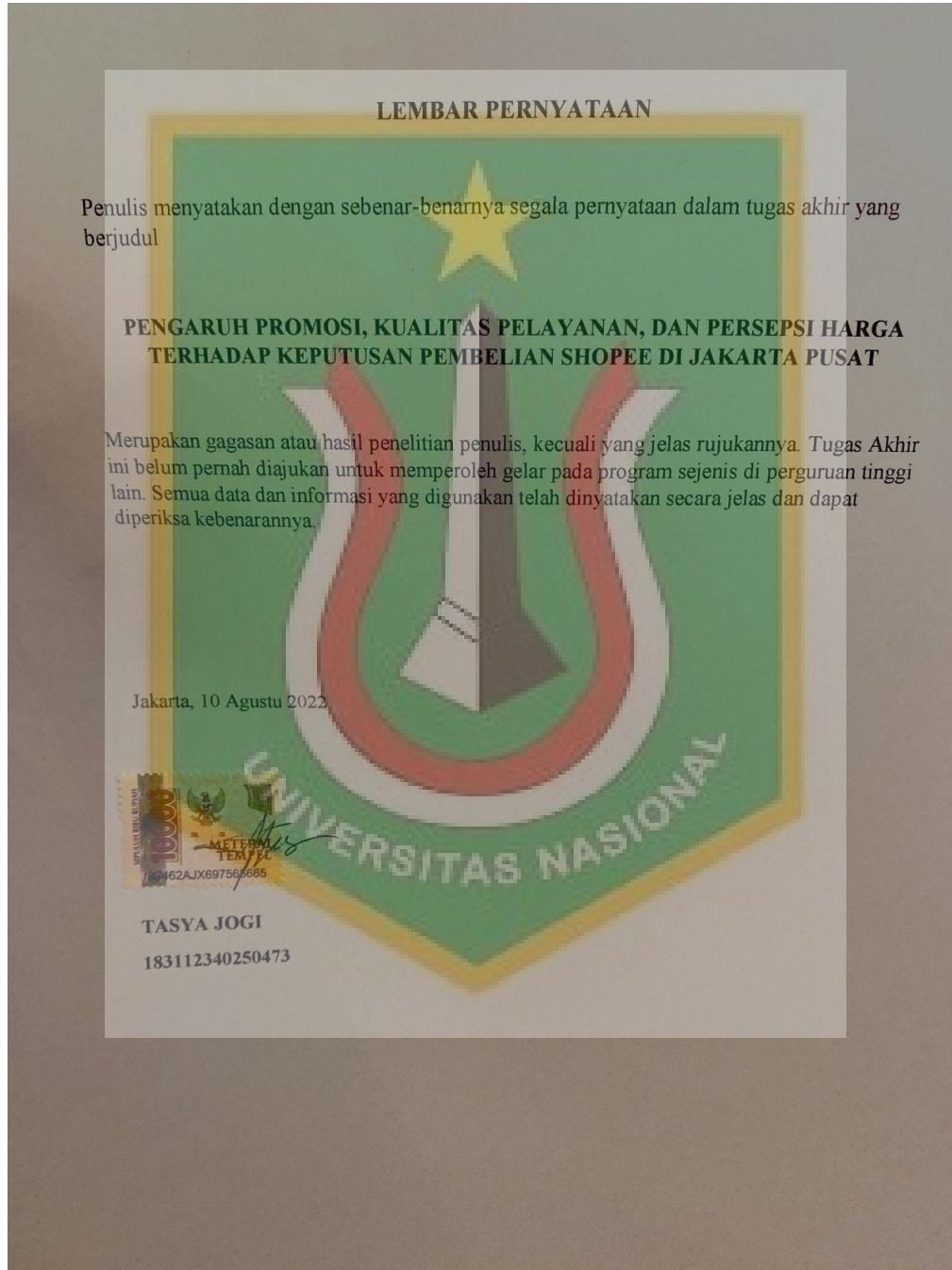
**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE  
DI JAKARTA PUSAT**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar Sarjana Manajemen pada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nasional  
Oleh

**TASYA JOGI  
1831123402504873**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2022**



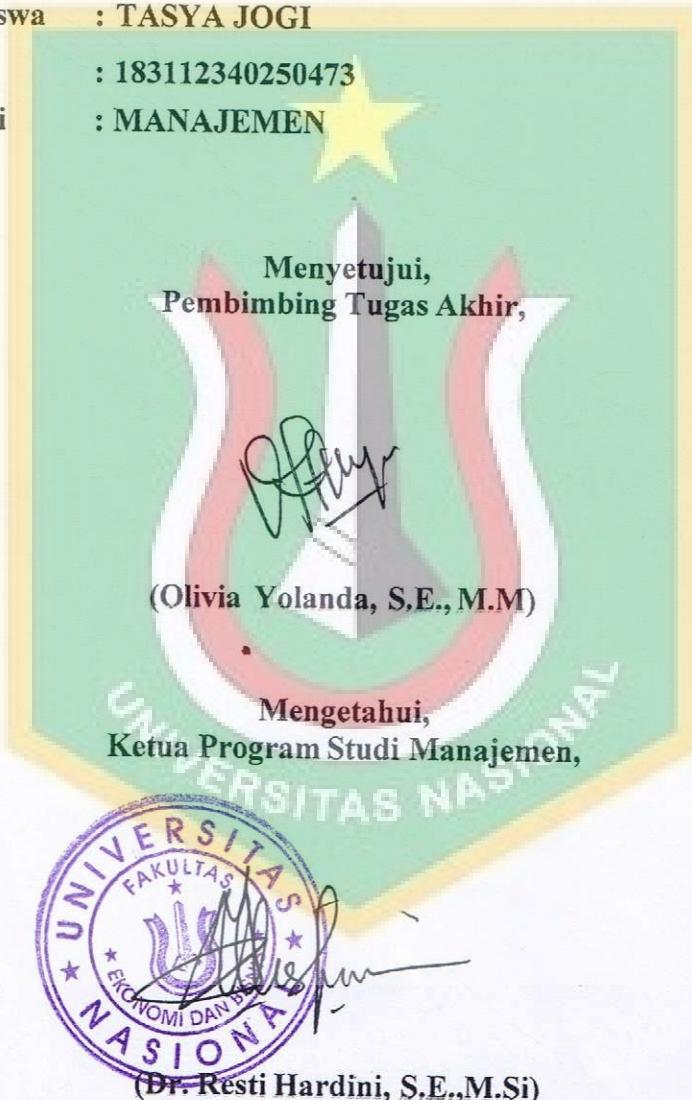
**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SHOPEE DI JAKARTA PUSAT**

**Nama Mahasiswa : TASYA JOGI**

**Nomor Pokok : 183112340250473**

**Program Studi : MANAJEMEN**



Jakarta, 10 Agustus 2022

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE DI JAKARTA PUSAT

Nama Mahasiswa : TASYA JOGI

Nomor Pokok : 183112340250473

Program Studi : MANAJEMEN

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir,

(Olivia Yolanda, S.E., M.M)

Anggota / Pengaji,

Ketua Pengaji,

(Dr. I Made Adnyana, S.E., M.M.)

(Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.)

Mengetahui,  
Dekan,



(Kumba Dgidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

## ABSTRAK

### PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE DI JAKARTA PUSAT

Oleh : Tasya Jogi

NPM : 183112340250473

Tugas Akhir ini di bawah bimbingan Olivia Yolanda, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Shopee di Jakarta Pusat. Penelitian ini memakai metode pengumpulan data yang didapatkan dari jawaban hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang ialah konsumen Shopee dengan kriteria tertentu. Dalam penelitian ini metode sampling yang digunakan yaitu non-probability sampling berupa purposive sampling. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis inferensial dengan regresi linear berganda menggunakan program SPSS versi 23.0. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linear berganda, dan pengujian hipotesis penelitian.

Hasil penelitian menampilkan kalau promosi, kualitas pelayanan, dan persepsi harga berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian Shopee di Jakarta Pusat. Untuk bisa tingkatkan keputusan pembelian, promosi pada perusahaan Shopee butuh dioptimalkan dan lebih lagi tingkatkan kualitas pelayanan yang telah terdapat serta dengan terdapatnya persepsi harga, konsumen memiliki perbandingan antara harga yang sudah diterima oleh konsumen lewat data yang didapatkan, serta harga yang diperoleh cocok dengan manfaat dan harapan yang hendak diterima oleh konsumen.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

### THE EFFECT OF PROMOTION, QUALITY OF SERVICE, AND PRICE PERCEPTION ON SHOPEE PURCHASE DECISIONS IN CENTRAL JAKARTA

By : Tasya Jogi

NPM : 183112340250473

This final project under the guidance of Olivia Yolanda, S.E., M.M

This study aims to analyze the effect of promotion, service quality, and price perception on Shopee purchasing decisions in Central Jakarta. This study uses data collection methods obtained from the answers to the results of distributing questionnaires to 100 respondents who are Shopee consumers with certain criteria. In this study the sampling method used is non-probability sampling in the form of purposive sampling. Data analysis in this study used inferential analysis with multiple linear regression using SPSS version 23.0 program. The data testing technique used in this research is multiple linear regression test, and research hypothesis testing.

The results show that promotion, service quality, and price perception have a positive and significant impact on Shopee purchasing decisions in Central Jakarta. To be able to improve purchasing decisions, promotions at Shopee companies need to be optimized and moreover improve the quality of existing services and with the perception of prices, consumers have a comparison between the prices that have been received by consumers through the data obtained, and the prices obtained are in accordance with the benefits and expectations that consumers want to receive.

Keywords: Promotion, Service Quality, Price Perception, Purchase Decision

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. BIODATA DIRI

Nama	: Tasya Jogi
Tempat, Tanggal Lahir	: Jakarta, 08 Agustus
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Jalan cempaka putih barat XIX Rt 8 Rw11 N0.17
No. Handphone	: 081286405030
Agama	: Kristen Protestan
Kewarganegaraan	: Indonesia
E-mail	: tasyajogis@gmail.com

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2006 – 2011	: SDK Melania III
2011 – 2014	: SMPN 77 Jakarta
2014 – 2017	: SMAN 30 Jakarta
2018 – 2022	: Universitas Nasional

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas setiap penyertaan dan berkat yang Tuhan Yesus Kristus limpahkan di sepanjang hidup penulis. Hanya karena kasih dan kemurahan-Nya. Skripsi yang berjudul “PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE DI JAKARTA PUSAT” dapat diselesaikan oleh penulis dan disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Strata Satu (S-1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Managemen Universitas Nasional.

Dalam penulisan tugas akhir ini seringkali terdapat kendala yang dihadapi penulis. Adanya arahan/bimbingan, dukungan, dan bantuan, serta doa yang dipanjatkan dari banyak pihak, maka mempermudah penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Dengan demikian, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Dgidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E.,M.Si.. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Olivia Yolanda, S.E., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang sangat berperan besar dalam menyelesaikan skripsi ini karena telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan kesabarannya untuk memberikan arahan, berbagi ilmu, petunjuk, dan bimbingan secara tulus kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sampai akhir.

6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional memberikan ilmu, dan memberikan dukungan serta menciptakan motivasi belajar yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan pada Universitas Nasional Jakarta.
7. Orang Tua tercinta (Mama Elly) yang selalu mendoakan penulis agar selalu dalam lindungan Tuhan dan selalu memberi dukungan dan semangat yang luar biasa dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Parell, Angel, dan Daud selaku abang, kakak, dan adik terkasih yang selalu mendukung dan memberikan semangat agar penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Nadya dan Gadhis selaku sahabat saya yang senantiasa membantu dan selalu ada di dalam situasi suka dan duka, serta selalu memberikan semangat kepada penulis.
10. Devita, Zaky, Meilliza, Niken selaku sahabat saat SMA saya yang telah memberi support, membantu dan memberikan masukan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini
11. Rekan-rekan Prodi Manajemen Universitas Nasional Angkatan 2018 atas kebersamaan selama masa perkuliahan.

Dengan penuh kesadaran diri dan segala kerendahan hati, penulis menyadari Tugas Akhir ini tidak terlepas dari berbagai kekurangan dan kesalahan penulisan maupun materi yang disajikan. Maka penulis berharap akan ada tindak lanjut berupa saran dan kritik yang membangun setelah penyusunan Tugas Akhir ini agar dapat bermanfaat untuk kita semua. Aamin.

Jakarta , 10 Agustus 2022

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR) .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM).....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>14</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>15</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>15</b>
A. Latar Belakang .....	15
B. Perumusan Masalah.....	21
C. Tujuan Penelitian.....	21
D. Manfaat Penelitian .....	22
<b>BAB II .....</b>	<b>23</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>23</b>
A. Teori Terkait dengan Variabel Penelitian .....	23
1. Pemasaran .....	23
2. Manajemen Pemasaran.....	23
3. Promosi .....	24
4. Kualitas Pelayanan .....	26
5. Persepsi Harga .....	29
6. Keputusan Pembelian .....	31
B. Keterkaitan antar Variabel Penelitian .....	35

C. Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian.....	38
D. Kerangka Analisis .....	42
E. Hipotesis Penelitian.....	43
<b>BAB III.....</b>	<b>44</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
A. Objek Penelitian .....	44
B. Data Penelitian .....	44
C. Populasi dan Sampel.....	45
D. Teknik Sampling .....	47
E. Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	48
F. Definisi Operasional Variabel .....	49
G. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	52
<b>BAB IV .....</b>	<b>59</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
A. Hasil Penelitian.....	59
1. Deskripsi Objek Penelitian .....	59
2. Sejarah Perusahaan.....	59
3. Deskripsi Karakteristik Responden.....	59
4. Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	70
B. Pembahasan.....	86
<b>BAB V.....</b>	<b>89</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>89</b>
A. Kesimpulan .....	89
B. Saran.....	89
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>94</b>
Lampiran 1 .....	94
Lampiran 2 .....	99
Lampiran 3 .....	111
Lampiran 4 .....	114
Lampiran 5 .....	122
Lampiran 6 .....	124

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4. 1 Diagram Lingkaran Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis.....	61
Gambar 4. 2 Diagram Lingkaran Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	62
Gambar 4. 3Diagram Lingkaran Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	63
Gambar 4. 4 Diagram Lingkaran Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Setiap Bulan .....	65



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Urutan Marketplace di Indonesia Berdasarkan Jumlah Pengunjung ...	17
Tabel 1. 2 Jumlah Pengunjung Shopee (Juta).....	18
Tabel 2. 1 Hasil Rujukan Penelitian .....	38
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	49
Tabel 3. 2 Definisi Operasional VariabelDefinisi Operasional Variabel .....	50
Tabel 3. 3 Kategori Rata-Rata Skor .....	53
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	62
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Setiap Bulan .....	64
Tabel 4. 5 Avarage Total Mean Variabel Promosi .....	65
Tabel 4. 6 Average Total Mean Variabel Kualitas pelayanan .....	66
Tabel 4. 7 Average Total Mean Variabel Persepsi Harga .....	69
Tabel 4. 8 Average Total Mean Variabel Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Instrumen Promosi (X1).....	72
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Pelayan (X2) .....	73
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Instrumen Persepsi Harga (X3).....	74
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	74
Tabel 4. 13 Hasil uji reliabilitas.....	76
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas .....	77
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinieritas .....	78
Tabel 4. 16 Hasil Uji Autokelerasi .....	79
Tabel 4. 17 Uji Heteroskedastisitas.....	80
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
Tabel 4. 19 Hasil Uji F .....	83
Tabel 4. 20 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	83
Tabel 4. 21 Hasil Uji t.....	85

