

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA SHOPEE
DI KOTA SAMARINDA**

SKRIPSI

**Diajukan Oleh :
Celina Anindita
2011102431467**



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
2024**

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA SHOPEE
DI KOTA SAMARINDA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur

**Diajukan Oleh :
Celina Anindita
2011102431467**



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN


**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA SHOPEE
DI KOTA SAMARINDA**

SKRIPSI

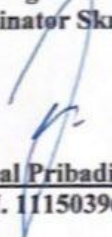
**Diajukan oleh:
Celina Anindita
2011102431467**

**Disetujui untuk diujikan
Pada Tanggal 25 Juni 2024**

Pembimbing


Dr. M. Risal, S.E., M.Si
NIDN. 0901027401

**Mengetahui
Koordinator Skripsi**


Muhammad Iqbal Pribadi S.M., M.B.A.
NIDN. 1115039601

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA
SHOPEE DI KOTA SAMARINDA

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Celina Anindita
2011102431467

Diseminarkan dan Diujikan
Pada tanggal 09 Juli 2024

Penguji I

Penguji II



Marsha Anindita, S.E., M.S.M
NIDN. 1114099102




Dr. M. Risal, S.E., M.Si
NIDN. 0901027401

Mengetahui,
Ketua

Program Studi S1 Manajemen




Prof. Dr. Hwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D
NIDN : 0620107201

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Celina Anindita

Nim : 2011102431467

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Penelitian : Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Kota Samarinda

Menyatakan bahwa **Skripsi** yang saya tulis ini benar-benar hasil karya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiasi/fasifikasi/fabrikasi baik sebagian atau seluruhnya.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam **Skripsi** saya ini, atau klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Samarinda, 09 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Celina Anindita

2011102431467

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang dilakukan pada pengguna Shopee di kota samarinda. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan membuktikan apakah keputusan pembelian pada pengguna Shopee dipengaruhi oleh promosi, harga dan kualitas produk. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna shopee yang berada di kota samarinda. populasi yang diambil dalam penelitian ini yaitu berjumlah 100 responden dengan metode menyebarkan kuesioner melalui googleform. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan menggunakan alat analisis SEM PLS (Partial Least Square). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research uses a quantitative descriptive method conducted on Shopee users in the city of Samarinda. The aim of this research is to find out and prove whether purchasing decisions for Shopee users are influenced by promotions, price and product quality. The population in this study were Shopee users in the city of Samarinda. The population taken in this research was 100 respondents using the method of distributing questionnaires via Google Form. The analysis technique used is descriptive analysis using the SEM PLS (Partial Least Square) analysis tool. The research results show that promotional variables and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Promotion, Price, Product Quality and Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran, kelancaran serta ketekunan bagi penulis dalam Menyusun skripsi ini, dengan segenap kerendahan hati. Adapun suka maupun duka yang saya rasakan saat menulis karya ini. Selama proses penyusunan skripsi, banyak pihak yang telah membantu dan dukungan kepada saya, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. M. Risal, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan membimbing dengan kesabaran untuk memberikan arahan dan tambahan ilmu yang sangat bermanfaat sehingga dalam penulisan skripsi ini diberi kemudahan dalam penyelesaian.
2. Ibu Marsha Anindita, S.E., M.S.M Selaku Dosen Penguji 1 yang telah memberikan banyak saran yang membangun penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Seluruh dosen pengajar Program Studi Ekonomi Bisnis dan Politik yang telah memberikan banyak ilmu serta pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada orang tua penulis, Ayahanda Muhammad Nasir dan Aswar, Ibunda Karmila yang penulis cintai dan sayangi karena telah memberi kasih serta cinta dan pengorbanan, serta semangat dan kesabaran dalam membesarkan penulis hingga mampu tumbuh dengan baik dan mampu menyelesaikan Pendidikan hingga selesai. Serta kedua adik penulis Nadia Anindita dan Ahmad Abigel karena berkat dia juga memberi semangat dan pengingat ditengah rasa Lelah dan tidak lupa juga kepada keluarga besar penulis yaitu Cucu Indohany yang selalu mendukung saya dalam proses perkuliahan hingga sampe saat ini.
5. Kepada sepupu penulis yaitu Ririn, Widiya, Dhea, Ica, Fega, Hj Winda dan Tante Ira, yang selalu memberi semangat dan bersedia menjadi pendengar penulis disaat penulis Lelah dan kesusahan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada sahabat saya Nur Sifa Mawaddah, Muhammad Armansyah dan Maya Wulandari yang selalu menjadi pendengar yang baik, menemani proses dimasa sulit penulis dari awal perkuliahan hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada sahabat saya Indra Armita Sari, Nur Maisa Putri, Atun, Rolly, Fitri, yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada teman-teman penulis yang telah membantu proses skripsi penulis hingga

selesai yaitu Nur Sifa Mawaddah, Gulamah Arba'atun Saripah Al-munawarah, Sabina Nafalia, Ayu Lufina Dewi dan Anggota Kelompok 1 skripsi kdm yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

9. Seluruh teman S1 Manajemen Angkatan 2020 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terimakasih atas kebersamaannya selama ini.

Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu melancarkan penulisan skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih. Semoga berbagai bentuk bantuan yang telah yang telah diberikan kepada penulis akan mendapatkan balasan yang lebih besar dari Allah SWT.

Samarinda, 25 Juni 2024

Penyusun,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'C' followed by a vertical line and a horizontal line at the bottom.

Celina Anindita

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	5
2.2 Promosi	5
2.3 Harga.....	6
2.4 Kualitas Produk.....	6
2.5 Keputusan Pembelian.....	7
2.6 Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis	7
2.7 Kerangka Konseptual	9
III. METODE PENELITIAN	10
3.1 Lokasi Penelitian.....	10
3.2 Jenis Penelitian.....	10
3.3 Populasi.....	10
3.4 Sumber Data.....	11
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	11
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	13
3.7 Teknik Analisis Data.....	13
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	15
4.1 Dekriptif Objek Penelitian	15
4.2 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	15
4.3 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	19
4.4 Pengujian Hipotesis (Bootsrtapping)	20
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	21
V. KESIMPULAN DAN SARAN	23
5.1 Kesimpulan	23
5.2 Keterbatasan Penelitian	23
5.3 Saran	23
DAFTAR PUSTAKA	25
LAMPIRAN.....	28

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	11
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	12
Tabel 4. 1 Data Responden.....	15
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas.....	15
Tabel 4. 3 Hasil Average Variance Extrated (AVE).....	16
Tabel 4. 4 Hasil Convergent Validity.....	17
Tabel 4. 5 Hasil Discriminant Validity (Cross Loading).....	17
Tabel 4. 6 Hasil Uji Realibilitas (Composite Realibility).....	18
Tabel 4. 7 Hasil R-Square.....	20
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Hipotesis.....	20

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 E-commerce dengan pengunjung terbanyak di Indonesia	3
Gambar 2. 1 Karangka Konseptual.....	9
Gambar 4. 1 Model Struktual	19