

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN PENILAIAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKETPLACE SHOPEE (KARYAWAN
PT. LONG RICH, CIREBON)**



Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

Disusun Oleh:

Nama : **NOPITA SARI**
NIM : **1916120210**
Program Studi : **Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
PUTERA PERDANA INDONESIA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
TANGERANG**

2023

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : NOPITA SARI
NIM : 1916120210
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi dan Penilaian
Produk Terhadap Keputusan Pembelian
Pada *Marketplace* Shopee (Karyawan PT. Long Rich
Indonesia, Cirebon)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia bertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan dari pihak manapun.

Tangerang, 12 Maret 2023

Penulis,



(Nopita Sari)

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

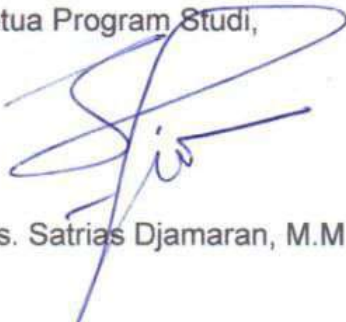
Nama : NOPITA SARI
NIM : 1916120210
Program Studi : STRATA SATU (S1)
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi dan
Penilaian Produk Terhadap Keputusan
Pembelian Pada *Marketplace* Shopee
(Karyawan PT. Long Rich
Indonesia, Cirebon)

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi guna melengkapi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia.

Tangerang, 12 Maret 2023

Disetujui Oleh:

Ketua Program Studi,



Drs. Satrias Djamaran, M.M

Dosen Pembimbing,



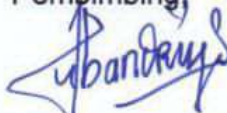
Subandriyo, S.E., M.M

LEMBAR PENGESAHAN PENELITIAN SKRIPSI

Nama : NOPITA SARI
NIM : 1916120210
Program Studi : STRATA SATU (S1)
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi dan
Penilaian Produk Terhadap Keputusan
Pembelian Pada *Marketplace* Shopee
(Karyawan PT. Long Rich
Indonesia, Cirebon)

Telah dinyatakan lulus ujian skripsi pada tanggal 26 Agustus 2023 sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen dihadapan Tim Penguji di bawah ini.

Pembimbing,



Subandriyo, S.E., M.M

Tim Penguji:

Ketua : Lod Sulivyo, S.E., M.M
Anggota 1 : Agus Sugiyanto, S.E., M.M
2 : Subandriyo, S.E., M.M



Disahkan pada tanggal

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PPI



Dr. H. Juanda, S.E., S.H., M.M

ABSTRAKSI

NOPITA SARI, 1916120210

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN PENILAIAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE* SHOPEE
(KARYAWAN PT. LONG RICH INDONESIA, CIREBON)**

Skripsi : Program Studi Manajemen, 2023

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Harga, Promosi, Penilaian Produk

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mengetahui apakah Harga, Promosi, Penilaian Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada *marketplace* Shopee. Sampel yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah 100 responden dan sampel diambil menggunakan *non-probability sampling*. Dalam penelitian ini analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 20. Sedangkan teknik pengujian data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas uji reliabilitas, uji normalitas, analisis korelasi parsial, koefisien determinasi, analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis (uji t dan uji f). Hasil penelitian dengan analisis regresi berganda baik secara parsial maupun simultan terdapat pengaruh variable Harga (X_1), Promosi (X_2) dan Penilaian Produk (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada *marketplace* Shopee. Pernyataan tersebut diperoleh berdasarkan nilai R^2 (R Square) = 0,786 yang berarti mengandung pengertian bahwa sumbangan Harga (X_1), Promosi (X_2) dan Penilaian Produk (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 78,6% sedangkan sisanya 21,4 dipengaruhi oleh variable lain.

ABSTRACTION

NOPITA SARI, 1916120210

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN PENILAIAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE
(KARYAWAN PT. LONG RICH INDONESIA, CIREBON)**

Skripsi : Program Studi Manajemen, 2023

Kata kunci : *Purchase Decision, Price, Promotion, Product Rating*

This study aims to analyze and find out whether prices, promotions, product ratings affect purchasing decisions on the Shopee marketplace. The sample used by the author in this study was 100 respondents and the samples were taken using non-probability sampling. In this study data analysis was carried out using SPSS version 20. While the data testing techniques carried out in this study were validity testing, reliability test, normality test, partial correlation analysis, coefficient of determination, multiple regression analysis and hypothesis testing (t test and f test). Result of research using multiple regression analysis both partially and simultaneously have the influence of the variables Price (X1), Promotion (X2) and Product Rating (X3) on Purchase Decision (Y) on the Shopee marketplace. This statement was obtained based on the value of R² (R Square) = 0.786, which means that it implies that the contribution of Price (X1), Promotion (X2) and Product Rating (X3) to Purchase Decision (Y) is 78.6% while the remaining 21.14 influenced by other variables.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan rahmat-Nya yang berlimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya tidak lupa pula peneliti mengucapkan Shalawat serta Salam kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa Risalanya kepada seluruh umat manusia dan menjadi suri tauladan bagi kita semua. Penelitian ini merupakan kewajiban bagi peneliti guna melengkapi tugas-tugas serta untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan program Studi Manajemen Strata 1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia Tangerang Adapun judul penelitian yaitu "Pengaruh Harga, Promosi dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee (Karyawan PT. Long Rich Indonesia, Cirebon)"

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak yang tidak ternilai harganya. Untuk itu dalam kesempatan ini dengan ketulusan hati penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah bersedia membantu, memotivasi, membimbing dan mengarahkan selama penyusunan skripsi dan memberikan semangat sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi.

Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya, terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Juanda, S.E., S.H., M.M selaku Rektor Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia.

2. Bapak Drs. Satrias Djamaran, M.M selaku ketua program studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia.
3. Bapak Subandriyo, S.E., M.M selaku Pembimbing dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen yang sudah memberikan banyak ilmu pengetahuan dan pengalaman pembelajaran kepada penulis, serta staf pegawai yang banyak membantu penulis selama proses pelaksanaan Pendidikan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia.
5. Terima kasih untuk yang teristimewa kedua orang tua saya tercinta yang telah mendukung peneliti dalam pembuatan skripsi ini dan adik-adik penulis yang telah memberikan dukungan moril dan spiritual kepada penulis serta kasih sayangnya yang tiada henti kepada penulis.
6. Kepada Ms. Suki Chung selaku atasan saya di kantor, karena telah mendukung penuh sampai dengan terselesaikannya skripsi.
7. Kepada rekan-rekan kerja yang selalu membantu dalam penelitian skripsi.
8. Terima kasih untuk team kerja di kantor untuk semua dukungannya selama saya kuliah dan menyelesaikan skripsi.
9. Kepada teman baik saya Intan Fitri Annisa, Tiara Anjani, dll yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan hingga skripsi ini selesai.
10. Seluruh dosen STIE PPI yang telah memberikan pembelajaran selama mengikuti perkuliahan di STIE PPI.
11. Seluruh staff STIE PPI yang telah memberikan pelayanan yang baik selama menunjang proses pembelajaran di STIE PPI.
12. Last but not last, saya mengucapkan banyak terimakasih kepada diri saya sendiri, karena sudah mampu bertahan sampai skripsi ini selesai.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih semoga skripsi ini dapat penulis lanjutkan dalam penelitian dan akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang menjadi salah satu syarat penulis menyelesaikan studi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia.

Tangerang, Maret 2023

Penulis

NOPITA SARI

NIM: 1916120210

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENELITIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI	v
ABSTRACTION.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	11
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
A. Harga.....	14
1. Pengertian Harga	14
2. Tujuan Penetapan Harga	15
3. Strategi Penetapan Harga.....	16
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	17
5. Dimensi dan Indikator Harga.....	17
B. Promosi	19
1. Pengertian Promosi.....	19
2. Tujuan dan Fungsi Promosi	20
3. Jenis-jenis Promosi	22
4. Dimensi dan Indikator Promosi	23
C. Penilaian Produk	24
1. Pengertian Penilaian Produk.....	24
2. Manfaat Penilaian Produk	25
3. Dimensi dan Indikator Penilaian Produk (Customer Review).....	25
D. Keputusan Pembelian	26
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	26

2.	Proses Keputusan Pembelian	27
3.	Model dan Pengambilan Keputusan Pembelian.....	29
4.	Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	30
E.	Kerangka Berfikir	32
F.	Hipotesis.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		35
A.	Jenis Penelitian	35
1.	Pengertian Jenis Penelitian.....	35
B.	Jenis Data Penelitian.....	37
1.	Jenis Data	37
2.	Sumber Data	37
C.	Metode Pengumpulan Data.....	38
1.	Penelitian Lapangan (<i>Field Research</i>)	38
2.	Penelitian Kepustakaan (<i>Library Research</i>).....	40
D.	Populasi dan Sampel.....	40
1.	Populasi	41
2.	Sampel.....	41
E.	Variabel Penelitian	43
1.	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	43
2.	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	43
F.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	43
1.	Definisi Variabel Penelitian.....	43
2.	Operasionalisasi Penelitian	44
G.	Teknik Analisis Data.....	47
1.	Uji Validitas	47
2.	Uji Reliabilitas.....	48
3.	Uji Normalitas.....	49
4.	Analisis Korelasi Parsial	49
5.	Koefisien Determinasi $KD R^2$	50
6.	Analisis Regresi Berganda.....	51
7.	Uji Hipotesis	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		55
A.	Sejarah Singkat Objek Penelitian	55
1.	Sejarah Singkat Perusahaan Shopee	55
2.	Visi dan Misi Perusahaan Shopee	57
3.	Bagan Struktur Organisasi	58

4. Jenis Produk dan Layanan.....	58
B. Deskripsi Data Penelitian	59
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
3. Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Departement</i>	61
C. Deskripsi Data Variabel.....	62
1. Variabel Harga (X_1)	62
2. Variabel Promosi (X_2).....	68
3. Variabel Penilaian Produk (X_3).....	75
4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)	78
D. Analisis Hasil Penelitian	83
1. Uji Validitas	83
2. Uji Reliabilitas.....	92
3. Uji Normalitas.....	93
4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	96
5. Uji Hipotesis	98
6. Uji Determinasi.....	100
7. Uji Korelasi Parsial.....	101
E. Pembahasan	103
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	106
A. Simpulan	106
B. Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persaingan E-Commerce di Indonesia	6
Tabel 3.1 Pilihan Jawaban Kuesioner	41
Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel Penelitian	46
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Departement	63
Tabel 4.4 Harga 1	64
Tabel 4.5 Harga 2	64
Tabel 4.6 Harga 3	65
Tabel 4.7 Harga 4	66
Tabel 4.8 Harga 5	66
Tabel 4.9 Harga 6	67
Tabel 4.10 Harga 7.....	68
Tabel 4.11 Harga 8.....	68
Tabel 4.12 Harga 9.....	69
Tabel 4.13 Promosi 1	70
Tabel 4.14 Promosi 2	71
Tabel 4.15 Promosi 3	71
Tabel 4.16 Promosi 4	72
Tabel 4.17 Promosi 5	73
Tabel 4.19 Promosi 7	74
Tabel 4.20 Promosi 8	75
Tabel 4.21 Promosi 9	75
Tabel 4.22 Penilaian Produk 1	76
Tabel 4.23 Penilaian Produk 2	77
Tabel 4.24 Penilaian Produk 3	77
Tabel 4.25 Penilaian Produk 4	78
Tabel 4.26 Penilaian Produk 5	79
Tabel 4.27 Keputusan Pembelian 1	80
Tabel 4.28 Keputusan Pembelian 2	80
Tabel 4.29 Keputusan Pembelian 3	81
Tabel 4.30 Keputusan Pembelian 4	82
Tabel 4.31 Keputusan Pembelian 5	82
Tabel 4.32 Keputusan Pembelian 6	83

Tabel 4.33 Keputusan Pembelian 7	84
Tabel 4.34 Hasil Pengujian Subjek Yang di Teliti Variabel Harga	85
Tabel 4.35 Uji Validitas Variabel Harga (X_1).....	86
Tabel 4.36 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	86
Tabel 4.37 Hasil Pengujian Subjek Yang di Teliti Variabel Promosi.....	87
Tabel 4.38 Uji Validitas Variabel Promosi (X_2)	88
Tabel 4.39 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	88
Tabel 4.40 Hasil Pengujian Subjek Yang di Teliti Variabel Penilaian Produk.....	89
Tabel 4.41 Uji Validitas Variabel Penilaian Produk (X_3)	90
Tabel 4.42 Hasil Uji Validitas Variabel Penilaian Produk.....	90
Tabel 4.43 Hasil Pengujian Subjek Yang di Teliti Variabel Keputusan Pembelian ...	91
Tabel 4.44 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	91
Tabel 4.45 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	92
Tabel 4.46 Hasil Uji Reliabilitas Harga (X_1)	93
Tabel 4.47 Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X_2).....	93
Tabel 4.48 Hasil Uji Reliabilitas Penilaian Produk (X_3).....	94
Tabel 4.49 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	94
Tabel 4.50 Uji Normalitas	95
Tabel 4.51 Analisis Regresi Linear Berganda	98
Tabel 4.52 Hasil Uji t	99
Tabel 4.53 Hasil Uji ANOVA (F)	101
Tabel 4.54 Hasil Uji R^2	102
Tabel 4.55 Hasil Uji Korelasi Parsial	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	34
Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi Shopee	60
Gambar 4.2 Menu Semua Produk dan Layanan di Smartphone	58
Gambar 4.3 Grafik Histogramanan	96
Gambar 4.4 Menu Semua PP Plot Uji Normalitas	97