

**PENGARUH PROMOSI *ONLINE* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
Pada Toko Dan+Dan Mardigrass
Citra Raya Kab. Tangerang**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Disusun Oleh :

Nama : **GALISTA**

NIM : 1816120139

Program Studi : Manajemen

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

2022

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : **GALISTA**
NIM : 1816120139
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Online dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko
Dan+Dan Mardigrass Citra Raya Kab. Tangerang

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian 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 dan Undang – undang Pendidikan Republik Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Tangerang, Februari 2022



Galista

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : GALISTA
NIM : 1816120139
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : STRARA SATU (S 1)
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Promosi Online dan Kualitas
Pelayanan Terhadap Keputusan
Pembelian Pada Toko Dan+Dan
Mardigrass Citra Raya Kab. Tangerang

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

Disetujui Oleh:

Ketua Program Studi,


Drs. Satrias Djamaran, SE, M.M

Tangerang, 14 Februari 2022

Dosen Pembimbing,


Arsadi, M.M

LEMBAR PENGESAHAN PENELITIAN SKRIPSI

NAMA : GALISTA
NIM : 1816120139
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : STRARA SATU (S 1)
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Promosi Online dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Dan+Dan Mardigrass Citra Raya Kab. Tangerang

Telah dinyatakan lulus ujian skripsi pada tanggal 24 Maret 2022 sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dihadapan Tim Penguji di bawah ini.

Pembimbing

Arsadi, M.M

Tim Penguji :

Ketua: Dr. Dede Nuary Sukmayuda, M.M

Anggota: 1. Drs. Satrias Djamaran, SE, M.M

2. Arsadi, M.M

Disahkan pada tanggal 24 Maret 2022

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PPI



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

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puja dan puji serta syukur, penulis panjatkan keharibaan Allah SWT atas segala petunjuk, bimbingan dan kemudahan yang diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu sebagaimana yang diharapkan. Adapun judul skripsi ini adalah: “Pengaruh Promosi *Online* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Dan+Dan Mardigrass Citra raya Kab. Tangerang”

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan mampu diselesaikan tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuannya, terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Juanda, S.E., S.H., M.M. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia (STIE PPI) Tangerang.
2. Bapak Drs. Satrias Djamaran, SE, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE PPI Tangerang.
3. Bapak Arsadi, M.M selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan skripsi ini
4. Segenap Dosen STIE PPI yang telah memberikan pembelajaran selama mengikuti perkuliahan di STIE PPI.
5. Seluruh staff STIE PPI yang telah memberikan pelayanan dalam menunjang proses pembelajaran di STIE PPI.

6. Pimpinan beserta staff Toko Dan+Dan Mardigrass Citra Raya Kab. Tangerang. Yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian dan bantuan dalam memberikan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kedua orang tua yang telah mendoakan dan mendukung saya sampai saat ini
8. Kepada sahabat-sahabat saya, Risma, Ega, Anggi, Tiara, Naila, Bang Syarif, terima kasih untuk waktu kalian selama perkuliahan telah menjadi teman yang selalu memberikan semangat bagi penulis hingga penyusunan skripsi ini
9. Grup Dewi Squad, Terima kasih selama di tempat kerja saya menjadi orang yang sangat beruntung karena selalu disayang kalian

Demikian Terimakasih penulis juga haturkan untuk semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna, penulis masih melakukan kesalahan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis meminta maaf yang sedalam-dalamnya atas kesalahan yang dilakukan penulis.

Tangerang, Desember 2021.

Galista

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan	ii
Halaman Persetujuan Skripsi.....	iii
Halaman Tanda Lulus Ujian Skripsi	iv
Abstraksi.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pemasaran.....	10
B. Promosi.....	13
C. Kualitas Pelayanan	24
D. Keputusan Pembelian	29
E. Kerangka Berfikir.....	33
F. Hipotesis Penelitian.....	34
G. Penelitian Terdahulu	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	39
B. Jenis dan Sumber Data.....	39
C. Metode Pengumpulan Data.....	40
D. Lokasi Penelitian	43
E. Populasi dan Sampel	43
F. Teknik Pengambilan Sampel.....	44
G. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	46
H. Skala Pengukuran.....	49
I. Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Data Perusahaan	61
B. Deskripsi Data Penelitian	62
C. Deskripsi Data Variabel.....	70
D. Analisis Hasil Penelitian	80
E. Pembahasan.....	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	91
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA.....	95
DAFTAR LAMPIRAN	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Brand Make Up Indonesia.....	4
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	46
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	50
Tabel 4.1 Hasil Uji Frekuensi berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.2 Hasil Uji Frekuensi berdasarkan Usia	63
Tabel 4.3 Hasil Uji Frekuensi berdasarkan Pekerjaan.....	64
Tabel 4.4 Hasil Uji Frekuensi berdasarkan Alasan Belanja	65
Tabel 4.5 Hasil Uji Frekuensi Data Kuesioner Variabel Promosi <i>Online</i> (X1).....	67
Tabel 4.6 Hasil Uji Frekuensi Data Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	68
Tabel 4.7 Hasil Uji Frekuensi Data Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)	69
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Promosi <i>Online</i> (X1)	71
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	74
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Promosi <i>Online</i> (X1).....	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X2).....	76
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	77
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas.....	78
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	79
Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	81
Tabel 4.17 Hasil Uji t.....	82
Tabel 4.18 Hasil Uji F	84
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Berdasarkan Pekerjaan	17
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian	30
Gambar 2.3 Kerangka Berfikir	33
Gambar 4.1 Pie Chart Jenis Kelamin	63
Gambar 4.2 Pie Chart Usia	64
Gambar 4.3 Pie Chart Pekerjaan	65
Gambar 4.4 Pie Chart Alasan Belanja	66
Gambar 4.5 Hasil Uji Heterokedasitas	80

ABSTRAKSI

GALISTA, 1816120139

Pengaruh Promosi *Online* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Dan+Dan Mardigrass Citra Raya Kab. Tangerang

Skripsi . Program Studi Manajemen. 2022

Kata kunci : Promosi *Online*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

(V + 94 + lampiran)

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui : (1) apakah promosi *online* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen; (2) apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen; (3) apakah promosi *online* dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Dan+Dan Mardigrass Citra Raya Kab. Tangerang. Responden berjumlah 100 orang. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling*, lebih khususnya peneliti memilih untuk menggunakan Teknik *Sampling Purposive*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2021. Data analisis menggunakan teknik analisis linear berganda, uji asumsi klasik, uji F, uji t dan Koefisien determinasi. Hasil analisis uji t dapat diketahui bahwa promosi *online* secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan kualitas pelayanan dapat diketahui secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F dapat diketahui bahwa promosi *online* dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan Toko Dan+Dan Mardigrass Citra Raya Kab. Tangerang.