

**DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI  
MINAT BELI ANALISIS: KUALITAS PRODUK DAN  
PROMOSI PADA MARKETPLACE SHOPEE**

**SKRIPSI**

**Disusun Oleh :**

**Lusyana Widiyanti**

**201910325487**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat  
Beli Analisis: Kualitas Produk dan Promosi Pada  
MarketPlace Shopee

Nama Mahasiswa : Lusyana Widiyanti

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325487

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2023

Jakarta, 24 Juli 2023

MENYETUJUI,

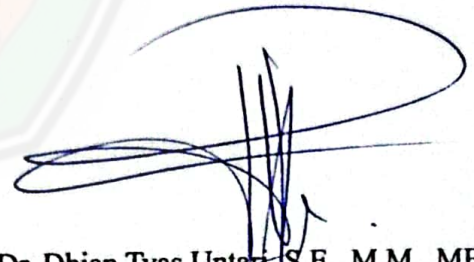
Pembimbing I



Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM

NIDN. 0012016601

Pembimbing II



Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA

NIDN. 0309048102

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Determinasi Keputusan Pembelian Melalui  
Minat Beli Analisis : Kualitas produk dan  
Promosi Pada Marketplace Shopee  
Nama Mahasiswa : Lusyana Widiyanti  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325487  
Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2023

Jakarta, 24 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.  
NIDN. 0325057908

Sekretaris Tim : Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., M.M  
Penguji NIDN. 0329017202

Penguji : Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, M.M., CMA., MPM  
NIDN. 0012016601

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen

Dr. Hadita, S.Pd., M.M  
NIDN. 0329048302

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA  
NIDN. 0310036407

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Analisis: Kualitas Produk dan Promosi Pada Marketplace Shopee” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian 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 memberikan 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, 24 Juli 2023

Yang membuat Pernyataan,



Lusyana Widiyanti

201910325487

## ABSTRAK

**Lusyana Widiyanti 201910325487** Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Analisis: Kualitas Produk dan Promosi Pada Marketplace shopee

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui Marketplace Shopee yang menjadi Kualitas Produk sebagai strategi promosi dalam meningkatkan suatu keputusan pembelian produk Shopee melalui minat beli. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengambil sampel yang digunakan yaitu dengan teknik sampel purposive sampling. Jumlah sampel penelitian ini adalah 300. Dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian di Shopee. Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Outer Model dan Inner Model dalam SEM PLS dengan bantuan alat program SmartPLS versi 4.0. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan terdapat variabel yang saling berpengaruh seperti pada penjelasan singkat berikut ini: 1) Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai *T-statistics* 6.154. 2) Variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai *T-statistic* 2.361. 3) Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli dengan nilai *T-statistics* 11.467. 4) Variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli dengan nilai *T-statistics* 11.812. 5) Variabel Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai *T-statistics* 2.410. 6) Pengaruh tidak langsung antara variabel Kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli terbukti signifikan dengan nilai *T-statistics* 2.317. 7) Pengaruh tidak langsung antara variabel Promosi terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli terbukti signifikan dengan nilai *T-statistics* 2.360

**Kata Kunci:** Kualitas produk, Promosi, Minat Beli dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

**Lusyana Widiyanti 201910325487** *Determination of Purchasing Decisions Through Interest in Analysis : Product Quality and Promotion on Shopee.*

The purpose of this study is to find out the Shopee Marketplace which becomes *Product Quality* as a promotional strategy in increasing a purchase decision for Shopee products through buying interest. This study used quantitative methods by taking samples used, namely by purposive sampling sample techniques. The sample size of this study was 300. In this study, consumers who have made purchases at Shopee. Hypothesis testing of this study was carried out using the Outer Model and Inner Model Test in SEM PLS with the help of SmartPLS program tool version 4.0. The results of the research that have been conducted there are variables that influence each other as in the following brief explanation: 1) *Product Quality Variables* have a positive and significant effect on purchasing decisions with a T-statistics value of 6,154. 2) *Promotion variables* have a positive and significant effect on Purchase Decisions with a T-statistic value of 2,361. 3) *Product Quality Variables* have a positive and significant effect on Buying Interest with a T-statistics value of 11,467. 4) *Promotion variables* have a positive and significant effect on Buying Interest with a T-statistics value of 11,812.5) The *Buying Interest* variable has a positive and significant effect on the Purchase Decision with a T-statistics value of 2,410. 6) The indirect influence between product Quality variables on Purchasing Decisions through Purchase Interest proved significant with a T-statistics value of 2,317. 7) The indirect influence between the Promotion variable on Purchase Decision through Purchase Interest proved significant with a T-statistics value of 2,360.

**Keywords:** *Product quality, Promotion, Purchase Interest and Purchase Decision*

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji dan syukur atas khadirat Allah SWT yang telah membrikan Rahmat serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Deeterminasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Analisis: Kualitas Produk Dan Promosi Pada Marketplace Shopee**” Penyusunan Skripsi ini sebagai salah satu syarat untk mendapatkan gelar sarjana (S1) Prodi Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, Bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan Terima Kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Karsono, Drs., S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Ibu Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA selaku kepala Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M, selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Bapak Rorim Panday selaku Dosen Pembimbing Akademik, Terima kasih atas motivasi dan saran yang diberikan kepada saya sehingga saya merasa

yakin untuk mengambil skripsi ini dengan cepat. Semoga bapak selalu diberi kesehatan dan lindungan oleh Allah SWT

5. Bapak Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM selaku Dosen Pembimbing 1 Skripsi saya, Terima kasih atas bimbingan, saran dan semangat yang diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin. Semoga bapak selalu diberi kesehatan dan lindungan oleh Allah SWT
6. Ibu Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA selaku Dosen Pembimbing 2 Skripsi saya, Terima kasih atas bimbingan, saran dan semangat yang diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin. Semoga bapak selalu diberi kesehatan dan lindungan oleh Allah SWT
7. Seluruh Dosen serta jajaran staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan bagi penulis selama menjalani masa perkuliahan.
8. Bapak Radun dan Ibu Siti Asmawiati selaku orang tua penulis yang telah memberikan doa dan dukungan baik moral maupun materi yang sangat berarti bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini.
9. Teman seperjuangan skripsi selama penyusunan proposal ini Melawati hasanah, Eri Fakhriza, Jihan Nabila, Rizka Aulia, Dewi Jualianti, Rania Prabandari yang sangat suportif dan semangat yang luar biasa untuk berjuang mengerjakan skripsi.



10. Seluruh responden dan konsumen Shopee di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang membantu berjalannya proposal yang sedang dilakukan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal ini masih terdapat banyak kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menerima saran dan kritik pembaca.

*Waassalamu'alaikum wr.wb*

Jakarta, 24 Juli 2023

Lusyana Widiyanti

201910325487



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACK</i> .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Batasan Masalah.....	10
1.5 Manfaat Penelitian .....	11
1.6 Sistematika Penulisan .....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	14
2.1 Kualitas Produk.....	14
2.1.1 Faktor- faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk.....	15
2.1.2 Indikator Kualitas Produk .....	16
2.1.3 Tingkat Produk.....	17

2.2 Promosi .....	17
2.2.1 Indikator Promosi.....	18
2.2.2 Tujuan Promosi .....	19
2.2.3 Fungsi Promosi .....	20
2.3 Keputusan Pembelian.....	20
2.3.1 Faktor- faktor pengambilan Keputusan.....	21
2.3.2 Indikator Keputusan Pembelian .....	22
2.3.3 Tahap – Tahap Keputusan Pembelian .....	23
2.4 Minat beli .....	25
2.4.1 Indikator Minat Beli.....	25
2.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli .....	26
2.4.3 Tahapan Minat Beli .....	27
2.5 Telaah Empiris.....	28
2.6 Kerangka konseptual.....	34
2.7 Hipotesis Penelitian.....	35
2.8 Pengaruh Antar Variable .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
3.1 Desain Penelitian.....	39
3.2 Tahapan Penelitian .....	40
3.3 Model Konseptual Penelitian .....	41
3.4 Operasional Variabel .....	43
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian.....	49
3.5.1 Waktu penelitian.....	49
3.5.2 Tempat Penelitian .....	49
3.6 Metode penentuan Populasi dan Sampel.....	49

3.6.1 Populasi.....	49
3.6.2 Sampel.....	49
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	51
3.7.1 Teknik Pengumpulan.....	51
3.7.2 Teknik Pengukuran.....	52
3.8 Jenis dan Sumber Data.....	52
3.9 Metode Analisis Data.....	53
3.9.1 Teknik Analisis Data SEM PLS.....	53
3.9.2 Model pengukuran (Outer Model).....	54
3.9.3 Model Struktural (Inner Model).....	55
3.10 Uji Hipotesis.....	57
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	60
4.1.1 Profile Perusahaan.....	60
4.1.2 Visi dan Misi perusahaan.....	61
4.1.3 Lokasi perusahaan.....	62
4.2 Deskripsi Data.....	62
4.2.1 Identitas Responden.....	63
4.3 Hasil Analisi Data.....	65
4.3.1 Skema Model Partial Least Square.....	65
4.3.2 Pengujian model pengukuran ( <i>outer model</i> ).....	65
4.3.3 Pengujian model structural ( <i>Inner model</i> ).....	71
4.3.4 Pengujian Hipotesis.....	78
4.4 Pembahasan.....	81
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>91</b>

5.1 Kesimpulan .....	91
5.2 Keterbatasan penelitian .....	92
5.3 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA .....	95
LAMPIRAN KUISONER.....	133
DATA TABULASI RESPONDEN.....	139
HASIL UJI SMARTPLS 4.0 .....	169
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	179



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Platform Belanja Online .....	3
Gambar 1.2 Data Pendapatan Shopee .....	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	35
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian .....	42
Gambar 4.1 Logo Perusahaan Shopee .....	61
Gambar 4.2 Outer Model .....	66
Gambar 4.3 Inner Model .....	72



## DAFTAR TABEL

Table 1.1 Data Pengguna Internet Tahun 2021-2023 .....	2
Table 1.2 Hasil Pra survey .....	7
Table 2.1 Telaah Empiris.....	29
Table 3.1 Operasional Variabel .....	44
Table 3.2 Skala Likert .....	52
Table 3.3 Kriteria Nilai Evaluasi Reflektif .....	55
Table 3.4 Kriteria penilaian model structural.....	56
Table 4.1 Karakteristik berdasarkan angkatan .....	63
Table 4.2 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin .....	64
Table 4.3 Karakteristik berdasarkan usia .....	64
Table 4.4 Hasil Outer Loading .....	66
Table 4.5 Hasil Average Variance Extracted .....	68
Table 4.6 Hasil Cross Loading .....	69
Table 4.7 Hasil Composite Reliability & Crobach Alpha .....	71
Table 4.8 Hasil R Square ( $R^2$ ) .....	73
Table 4.9 Tabel Q2 Square .....	74
Table 4.10 Hasil Path Coefficient (Koefisien Jalur) .....	75
Table 4.11 Hasil Mediasi (Specific Indirect Effect).....	76

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> Surat Penelitian.....	109
<b>Lampiran 2</b> Surat Balasan Keterangan Penelitian.....	110
<b>Lampiran 3</b> Uji Plagiarisme .....	113
<b>Lampiran 4</b> Uji Referensi.....	115
<b>Lampiran 5</b> Lampiran Kuesioner .....	133
<b>Lampiran 6</b> Data Tabulasi Responden.....	139
<b>Lampiran 7</b> Hasil Uji SMARTPLS 4.0 .....	169
<b>Lampiran 8</b> Buku Bimbingan.....	176
<b>Lampiran 9</b> Daftar Riwayat Hidup.....	179

