

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
MARKETPLACE SHOPEE DI KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Indo Global Mandiri**



Disusun Oleh:

**HESTI IFTITA SARI
NPM. 2019510051**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
FAKULTAS EKONOMI
TAHUN 2023**

LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI

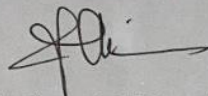
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen Marketplace shopee di Kota
Palembang
Nama : Hesti Iftita Sari
NPM : 2019510051
Program Studi : Manajemen
Pembimbing I : Dr. Siti Komaria Hildayanti, MM., CIRR., CLMA
Pembimbing II : Meilin Veronica, SE., MM., Ak., CA
Tanggal Ujian Skripsi : 26 Juli 2023

Palembang, 01 Agustus 2023

Disetujui Oleh,

Pembimbing I,



Dr. Siti Komaria Hildayanti, MM.,
CIRR., CLMA
NIDN. 0201077302

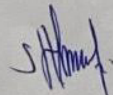
Pembimbing II,



Meilin Veronica, SE., MM., Ak., CA
NIDN. 0225058402

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuarni, SE., M.Sc
NIDN. 0213109401

FAKULTAS EKONOMI
Dekan Fakultas Ekonomi



Endah Dewi Purnamasari, SE., MM., CFP
NIDN. 0204128602

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini di ajukan oleh :

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace shopee di Kota Palembang
Nama : Hesti Ifिता Sari
NPM : 2019510051
Program Studi : Manajemen


Telah dipertahankan di hadapan Dosen Penguji Ujian Skripsi & Komprehensif, dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

Ketua Penguji :



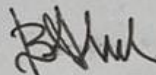
Dr. Siti Komaria Hildayanti, MM., CIRR., CLMA
NIDN. 0201077302

Penguji I :



Roswaty, SE., M.Si
NIDN. 0219096301

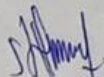
Penguji II :



Muhammad Bahrul Ulum, SE., M.Si
NIDN. 0201079401

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuardi, SE., M.Sc
NIDN. 0213109401

Dekan Fakultas Ekonomi



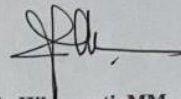
Endah Dewi Purnamasari, SE., MM., CFP
NIDN. 0204128602

LEMBAR REVISI

LEMBAR REVISI

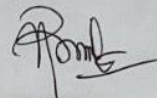
Nama : Hesti Ifita Sari
NPM : 2019510051
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace shopee di Kota Palembang

Ketua Penguji :



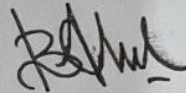
Dr. Siti Komaria Hildayanti, MM., CIRR., CLMA
NIDN : 0201077302

Penguji I :



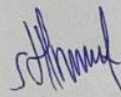
Roswaty, SE., M.Si
NIDN : 0219096301

Penguji II :



Muhammad Bahrul Ulum, SE., M.Si
NIDN : 0201079401

Palembang, 01 Agustus, 2023
Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuardi, SE., M.Sc
NIDN. 0213109401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hesti Iftita Sari
NPM : 2019510051
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun di perguruan tinggi lain.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidak benaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palembang, 01 Agustus 2023



Hesti Iftita Sari
NPM. 2019510051

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakuh

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Pengaruh kualitas Produk dan Harga Terhadap keputusan pembelian pada Konsumen *Marketplace* Shopee di Kota Palembang” dalam penyusunan skripsi, penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karna itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Marzuki Alie, S.E., M.M selaku rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang
2. Endah Dewi Pernamasari, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri Palembang
3. Shafiera Lazuardi, S.E., M.Sc., CFP.AFA. selaku kepala program studi manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
4. Dr. Siti Komariah Hidayanti, MM.,CIRR.,CLMA selaku pembimbing 1 penyusunan skripsi yang telah meluangkan waktunya yang berharga untuk membimbing penulis dan menyusun skripsi ini hingga selesai
5. Ibu Meilin Veronica, SE., MM., AK., CA selaku pembimbing 2 penyusunan skripsi yang telah meluangkan waktunya yang berharga untuk membimbing penulis dan menyusun skripsi ini hingga selesai
6. Ibu Emilda, SE. M.BA., CFP selaku pembimbing akademik Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
7. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan dan motivasi serta waktu tersendiri selama penulis melakukan penyelesaian skripsi ini.
8. Teman-teman yang telah membantu dan memberikan semangat terus menerus kepada penulis skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan membutuhkan.

Palembang, Juli, 2023
Penyusun

Hesti Ifitita Sari
NPM. 2019510051

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen *marketplace* shopee di kota Palembang. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner secara online. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan 385 responden sebagai sampel sumber data dalam penelitian ini adalah data skunder dan data primer dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil pengujian menunjukkan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t dengan nilai t hitung $10.221 > t$ tabel 1.966 dan $0.000 < 0.05$. Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t dengan nilai t hitung $12.778 > t$ tabel 1.966 dan $0.000 < 0.05$. Kualitas Produk dan Kesesuaian Harga secara bersama - sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji F dengan nilai F hitung $82.125 > F$ tabel 2.62 dan $0.000 < 0.05$. Nilai R square sebesar 0.601, sehingga dapat diketahui bahwa variabel independen dalam penelitian ini yang meliputi Kualitas Produk dan Kesesuaian Harga mampu menjelaskan tentang variabel Keputusan Pembelian sebesar 0.601 atau 60.1%. Sisa nilai sebesar 39.9% merupakan variabel lain diluar penelitian ini yang mampu menjelaskan tentang variabel Keputusan Pembelian.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to test and analyze product quality and price on consumer purchasing decisions in marketplace shopee in Palembang city. This type of research is quantitative by distributing questionnaires online. Sampling in this study used 385 respondents as a sample data source in this study were secondary data and primary data using purposive sampling technique. the test results show that Product Quality affects Purchase Decisions. This is shown from the results of the t test with the value of t count $10.221 > t$ table 1.966 and $0.000 < 0.05$. Prices have a significant effect on purchasing decisions. This is shown from the results of the t test with the value of t count $12.778 > t$ table 1,966 and $0,000 < 0.05$. Product Quality and Price Conformity together have a significant effect on Purchasing Decisions. This is shown from the results of the F test with a calculated F value of $82.125 > F$ table 2.62 and $0.000 < 0.05$. The R square value is 0.601, so it can be seen that the independent variables in this study which include Product Quality and Price Conformity are able to explain the Purchasing Decision variable of 0.601 or 60.1%. The remaining value of 39.9% is another variable outside of this study which is able to explain the Purchasing Decision variable.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR REVISI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Gambaran Umum Perusahaan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Pemasaran	14
2.1.1 Fungsi Pemasaran	15
2.1.2 Tujuan Pemasaran.....	15
2.2 Kualitas Produk.....	16
2.2.1 Definisi Kualitas Produk	16
2.2.2 Dimensi Kualitas Produk.....	17
2.2.3 Indikator Kualitas Produk.....	18
2.3 Harga.....	19
2.3.1 Definisi Harga.....	19
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga	20
2.3.3 Indikator Harga.....	21
2.4 Keputusan Pembelian.....	22
2.4.1 Definisi Keputusan Pembelian	22
2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	24
2.4.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	30
2.5 Penelitian Terdahulu	31
2.6 Kerangka Pemikiran.....	35
2.7 Hipotesis Penelitian.....	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	41
3.2 Objek Penelitian.....	41
3.3 Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
3.4 Batasan Penelitian.....	42
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	42
3.5.1 Jenis Data.....	42
3.5.2 Sumber Data.....	42
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.7 Populasi dan Sampel.....	45
3.7.1 Populasi.....	45
3.7.2 Sampel.....	45
3.8 Teknik Analisis.....	47
3.8.1 Uji Instrumen Data.....	47
3.8.2 Analisis Deskriptif.....	48
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.8.4 Uji Linearitas.....	50
3.8.5 Pengujian Hipotesis.....	51
3.9 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Hasil Penelitian.....	56
4.1.1 Deskripsi Data Penelitian.....	56
4.1.2 Karakteristik Responden.....	56
4.1.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.1.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	57
4.1.2.3 Karakteristik Berdasarkan Marketplace.....	58
4.2 Analisis Deskriptif.....	59
4.3 Uji Kualitas Instrument dan Data.....	60
4.3.1 Uji Validitas.....	60
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	62
4.4 Uji Persyaratan.....	64
4.4.1 Uji Normalitas.....	64
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	65
4.5.1 Uji Multikolinearitas.....	65
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas.....	66
4.6 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
4.7 Uji Hipotesis.....	68
4.7.1 Uji Hipotesis secara Simultan (Uji Nilai F).....	68
4.7.2 Uji Hipotesis secara Parsial (Uji Nilai t).....	69
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R ²).....	71
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	72
4.8.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.8.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.8.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran.....	78
5.2.1 Bagi Perusahaan dan Marketplace.....	78
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya	79
Daftar Pustaka	80
Lampiran	83
1. Kartu Bimbingan	
2. Kuesioner Penelitian.....	
3. Hasil Kuesioner	
4. Hasil SPSS.....	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Sistem Penilaian dengan Skala Ordinal	44
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	54
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Marketplace	58
Tabel 4.4 Uji Statistik Deskriptif	59
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk	61
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga	61
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	63
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Harga.....	63
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas	66
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Nilai F	69
Tabel 4.14 Hasil Uji t Parsial	69
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kategori Produk Terlaris di Shopee 2022	2
Gambar 1.2 Pengunjung E-Commerce Indonesia Menurun pada awal 2023.....	3
Gambar 1.3 Rating Produk.....	6
Gambar 1.4 Logo Shopee	10
Gambar 1.5 Struktur Organisasi Shopee	13
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian	39
Gambar 4.1 Hasil Uji Persyaratan.....	65
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	67