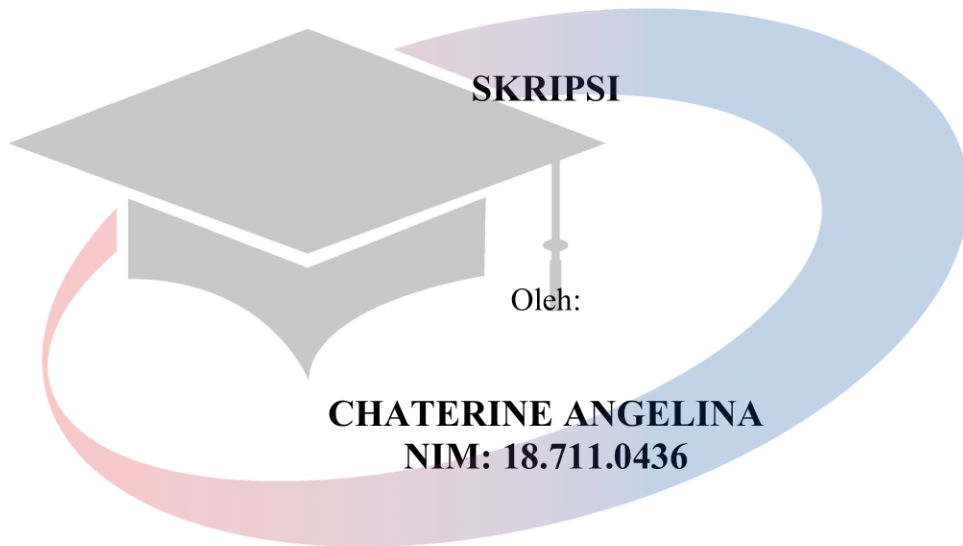


**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* ZALORA  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS MIKROSKIL MEDAN)**



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2021**

**THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY,  
PROMOTION AND SERVICE QUALITY ON PURCHASE  
DECISION IN ZALORA E-COMMERCE (CASE  
STUDY ON UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN STUDENTS)**

**FINAL RESEARCH**

By:

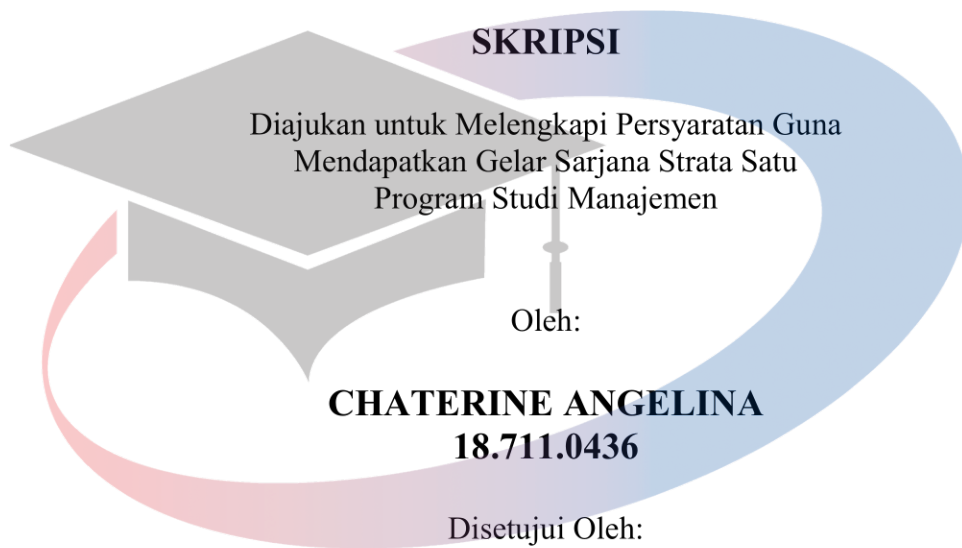
**CHATERINE ANGELINA  
Student Number : 18.711.0436**



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT  
FACULTY OF BUSINESS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2021**

**LEMBARAN PENGESAHAN**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA E-COMMERCE ZALORA  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS MIKROSKIL MEDAN)**



Dosen Pembimbing,

**UNIVERSITAS  
MIKROSKIL**

William, S.Kom., M.M.

Medan, Januari 2022

Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen,

Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Chaterine Angelina  
NIM : 18.711.0436

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Zalora (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Mikroskil Medan)

Selubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya.** Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel dan buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 29 Januari 2022

Saya yang membuat pernyataan,



(Chaterine Angelina)

## ABSTRAK

Zalora merupakan perusahaan *retail fashion* yang menjual berbagai produk *fashion* dan kebutuhan lainnya dengan berbagai merek lokal maupun internasional. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk *E-commerce* Zalora pada Mahasiswa Universitas Mikroskil Medan secara parsial maupun secara simultan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* dan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan penelitian diperoleh bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel kualitas produk dan promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun, secara simultan variabel harga, kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci** : *Keputusan Pembelian, Harga, Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan.*



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL



## ABSTRACT

Zalora is a fashion retail company that sells various fashion products and other necessities with various local brands and international brands. The purpose of this study is to analyze the Effect of Price, Product Quality, Promotion and Service Quality on the Purchasing Decision of Zalora E-commerce Products for Students of Universitas Mikroskil Medan partially and simultaneously. The sampling technique using non-probability sampling technique with purposive sampling approach and the number of samples in this study amounted to 96 respondents. The method of data analysis uses multiple linear regression analysis. Based on the research, it is obtained that price and service quality variable partially affect the purchasing decision, while the product quality and promotion does not affect the purchasing decision. But, simultaneously the price, product quality, promotion and service quality affect the purchasing decision.

**Keywords** : *Purchasing Decisions, Price, Product Quality, Promotions, Service Quality.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Zalora (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Mikroskil Medan)”.

Adapun maksud dari penyelesaian skripsi ini untuk memenuhi sebagian dari persyaratan akademik guna menyelesaikan studi Program Sarjana Strata Satu Manajemen pada Universitas Mikroskil Medan.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada segala pihak yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sehingga pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Bapak William, S.Kom., M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan Wakil Rektor III Universitas Mikroskil Medan yang telah meluangkan waktu, saran, bimbingan, motivasi dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Purnaya Sari Br Tarigan, S.E., M.Si. selaku Dosen Pendamping Pembimbing yang telah meluangkan waktu, saran, motivasi, bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
3. Bapak Dr. Pahala Sirait, S.T., M.Kom., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Mikroskil Medan yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berharga kepada penulis.
7. Orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan serta bantuan dan doa kepada penulis.
8. Seluruh teman-teman dan sahabat yang telah memberikan bantuan, dorongan dan motivasi kepada penulis.
9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan.
10. Pihak-pihak lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna karena adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, kritik dan saran dari para pembaca sangat diharapkan untuk penyempurnaan skripsi di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 29 Januari 2022

Penulis,

Chaterine Angelina





## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Ruang Lingkup .....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Originalitas.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	11
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	12
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.5 Harga.....	18
2.1.6 Kualitas Produk.....	23
2.1.7 Promosi.....	28
2.1.8 Kualitas Pelayanan.....	33
2.2 Review Penelitian Terdahulu.....	37
2.3 Kerangka Konseptual.....	42
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	43
2.4.1 Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	44
2.4.2 Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian..	44
2.4.3 Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	45
2.4.4 Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	

2.4.5 Pengaruh Variabel Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	46
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	47
3.2 Objek Penelitian.....	47
3.3 Populasi dan Sampel.....	47
3.3.1 Populasi.....	47
3.3.2 Sampel.....	47
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	48
3.4.1 Data Primer.....	48
3.4.2 Data Sekunder.....	49
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	49
3.6 Metode Analisis Data.....	52
3.6.1 Analisis Statistika Deskriptif .....	52
3.6.2 Pengujian Kualitas Data.....	52
3.6.3 Pengujian Asumsi Klasik .....	53
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
3.6.5 Uji Hipotesis.....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	57
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	57
4.1.2 Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner .....	57
4.1.3 Gambaran Umum Responden .....	58
4.1.4 Hasil Statistik Deskriptif .....	59
4.1.5 Hasil Uji Kualitas Data .....	63
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	68
4.1.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	73
4.1.8 Hasil Uji Hipotesis .....	74
4.1.9 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	76
4.2 Pembahasan.....	77
4.2.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	77
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.2.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	79
4.2.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	80

4.2.5 Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>83</b>
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>85</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>137</b>



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tampilan Web Zalora Indonesia.....	4
Gambar 1. 2 Tampilan Web Zalora Indonesia.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	43
Gambar 4. 1 Hasil Grafik Histogram Uji Normalitas .....	70
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas <i>Probability Plot</i> (P-Plot).....	70
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Pola <i>Scatterplot</i> .....	72



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 3. 1 Skala <i>Likert</i> .....	49
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel .....	51
Tabel 4. 1 Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	57
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	58
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Stambuk.....	58
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga .....	60
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk .....	61
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi.....	62
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan ..	63
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	64
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	65
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi .....	66
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	66
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga .....	67
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	68
Tabel 4. 18 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi.....	68
Tabel 4. 19 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	68
Tabel 4. 20 Hasil Uji <i>Multikolinearitas</i> .....	69
Tabel 4. 21 Hasil Uji Normalitas <i>Kogomorov Smirnov</i> .....	71
Tabel 4. 22 Hasil Uji <i>Glejser</i> .....	73
Tabel 4. 23 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
Tabel 4. 24 Hasil Uji Parsial (t) .....	75
Tabel 4. 25 Hasil Uji Simultan (F).....	76
Tabel 4. 26 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	76

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	88
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	94
Lampiran 3 Hasil Pengujian SPSS.....	107
Lampiran 4 Tabel Distribusi Penelitian .....	128



# UNIVERSITAS MIKROSKIL