

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROMOSI PENJUALAN  
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA PENGGUNA SHOPEE**

**(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia Kampus A)**

**SKRIPSI**

**Program Studi Manajemen**



**OLEH :**

**NAMA : HANY NATALIA**

**NIM : 041601503125185**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2020**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROMOSI PENJUALAN  
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA PENGGUNA SHOPEE**

**(Studi Kasus Mahasiswa Di Universitas Satya Negara Indonesia Kampus A)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar**

**SARJANA MANAJEMEN**

**Program Studi Manajemen-Strata 1**



**OLEH :**

**NAMA : HANY NATALIA**

**NIM : 041601503125185**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
JAKARTA  
2020**

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, SALES PROMOTION  
AND BRAND IMAGES ON PURCHASE DECISIONS ON  
SHOPEE USERS**

**(Case Study of Students at the University of Satya Negara  
Indonesia Campus A)**

**THESIS**

**The Study Program: Management**



**BY :**

**NAME : Hany Natalia**

**NIM : 041601503125185**

**FACULTY ECONOMICS AND BUSINESS**

**SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

**JAKARTA**

**2020**

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, SALES PROMOTION  
AND BRAND IMAGES ON PURCHASE DECISIONS ON  
SHOPEE USERS**

**THESIS**

**Presented As One Of The Conduction For Obtaining A Degree**

**BACHELOR OF ECONOMICS & BUSINESS The Study Program**

**Management – Strata 1**



**BY :**

**NAME : Hany Natalia**

**NIM : 041601503125185**

**FACULTY ECONOMICS AND BUSINESS**

**SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

**JAKARTA**

**2020**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Hany Natalia  
NIM : 041601503125185  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri dan seluruh isi skripsi menjadi tanggungjawab saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Juli 2020



(Hany Natalia)

041601503125185

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Hany Natalia  
NIM : 041601503125185  
JURUSAN : Manajemen  
KONSENTRASI : Manajemen Pemasaran  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROMOSI  
PENJUALAN DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA  
SHOPEE  
(Studi Kasus Mahasiswa Di Universitas Satya Negara  
Indonesia Kampus A)

TANGGAL UJIAN : 13 Agustus 2020

Jakarta, 28 Juli 2020

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I

(Agus Wahyono, SE, MM)

(GL. Hery Prasetya, SE, MM)

Dekan

Ketua Jurusan

(GL. Hery Prasetya, SE, MM)

(Yuslinda Nasution, SE, MM)

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : Hany Natalia  
NIM : 041601503125185  
JURUSAN : Manajemen  
KONSENTRASI : Manajemen Pemasaran  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROMOSI  
PENJUALAN DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA  
SHOPEE

(Studi Kasus Mahasiswa Di Universitas Satya Negara  
Indonesia Kampus A)

TANGGAL UJIAN : 13 Agustus 2020

Jakarta, 28 Juli 2020

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I

(Agus Wahyono, SE, MM)

(GL. Hery Prasetya, SE, MM)

Dekan

Ketua Jurusan

(GL. Hery Prasetya, SE, MM)

(Yuslinda Nasution, SE, MM)

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atau rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROMOSI PENJUALAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa di Universitas Satya Negara Indonesia Kampus A)**". Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia.

Penulis dengan senang hati akan menyampaikan rasa terima kasih ke beberapa pihak yang dirasa memberikan kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini dari awal sampai berhasil terselesaikan.

Dengan segala rasa hormat dan kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Satya Negara Indonesia, Dra. Merry L. Panjaitan, MM, MBA.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia, GL. Hery Prasetya, SE, MM
3. Ketua Jurusan Manajemen Yuslinda Nasution SE, MM, yang senantiasa memberikan motivasi kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi.



4. Bapak GL. Hery Prasetya, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan dan membimbing penulis dari awal hingga skripsi ini terselesaikan.
5. Bapak Agus Wahyono, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Semua Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis dan beserta staf TU.
7. Teruntuk keluarga inti penulis, kedua orang tua yaitu Bapak Nurwadi dan Ibu Anah. Terimakasih yang sebanyak-banyaknya atas segala pengorbanan, dorongan semangat dan doa yang tiada henti dari awal sampai penulis dapat berada di titik akhir perkuliahan yaitu menyelesaikan skripsi ini.
8. Yudi Rezaldi yang selalu sabar mendengarkan keluh kesah penulis dan memberikan dukungan dalam proses pengerjaan skripsi ini dan tentunya KEBESMEN (Keluarga Besar Manajemen) 2016 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Telah memberikan bantuan, dukungan dan Terimakasih atas suka duka yang telah dijalani semasa perkuliahan. Selanjutnya semangat berproses kalian.
9. Teman-teman seperjuangan skripsi Ananda Nasyatul K, Eka Purnama S, Hanifah Nur Alifiya, Yunida Harningtyas, Diajeng Diah GF, Putri Pangestika, Alivia Ais Febriani, Meilisa Hermanda, Arhan Alfiansyah, Lutfi Alfaritsi, Alfi Hoiroh yang sudah mau bertukar pikiran dan atas kerjasamanya. Kalian hebat sudah berjuang di tengah-tengah masa pandemi

ini dan Alhamdulillah kita sampai di titik akhir, sukses selalu untuk kita semua.

10. Teruntuk Intan Permata S, Indah Yulianti, Karina dan Napitupulu Yohana semoga kalian cepat menyusul, selamat berjuang dan semangat berproses.

11. Teruntuk Dwi wahyuni, Tasya Andhita, Rahmita Prisillia, Lathifa Dwi Ramadhani, Risca Hanesty M, De Firas dan Monica Dinda A, yang selalu mendukung, memberikan motivasi kepada penulis.

12. Teman-teman seangkatan Fakultas Ekonomi 2016 yang sudah memberikan warna saat perkuliahan selama ini.

13. Nalsance Allbase, terimakasih atas doa-doa dan semangat yang kalian berikan.

14. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan memberi masukan serta inspirasi bagi penulis, suatu kebahagiaan telah dipertemukan dan diperkenalkan dengan kalian semua, terima kasih banyak.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Akhir kata semoga Allah swt. membalas segala langkah kebaikan yang kita lakukan dan menjadi amal ibadah untuk kita.

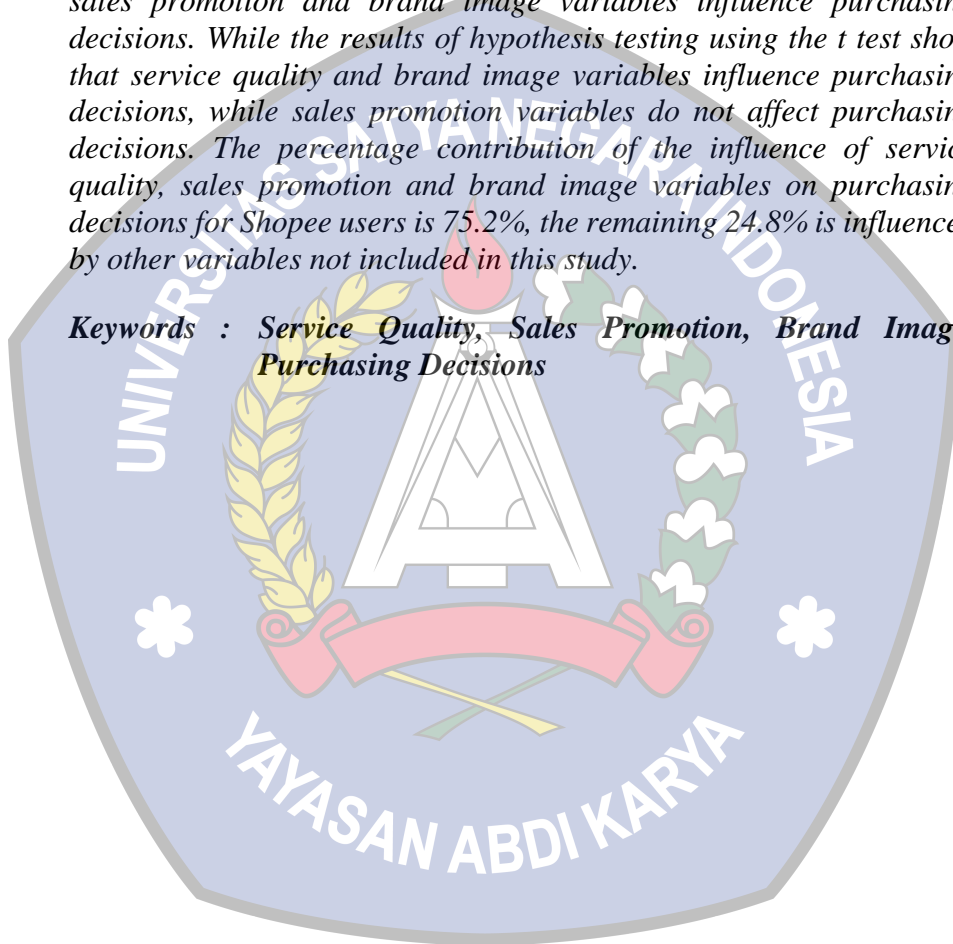
Jakarta, 28 Juli 2020

Penulis

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of service quality, sales promotion and brand image on purchasing decisions on Shopee users. The sample used in this study was Satya Negara Indonesia University Campus A students with a sample of 117 students who had made online purchases at least 3 times. Based on the results of hypothesis testing conducted using the F Test shows that simultaneously service quality, sales promotion and brand image variables influence purchasing decisions. While the results of hypothesis testing using the t test show that service quality and brand image variables influence purchasing decisions, while sales promotion variables do not affect purchasing decisions. The percentage contribution of the influence of service quality, sales promotion and brand image variables on purchasing decisions for Shopee users is 75.2%, the remaining 24.8% is influenced by other variables not included in this study.*

**Keywords :** *Service Quality, Sales Promotion, Brand Image, Purchasing Decisions*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, promosi penjualan dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada pengguna Shopee. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia Kampus A dengan jumlah sampel sebanyak 117 mahasiswa yang sudah pernah melakukan pembelian secara online minimal 3 kali. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan Uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas layanan, promosi penjualan dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan Uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel promosi penjualan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Besarnya persentase sumbangan pengaruh variabel kualitas layanan, promosi penjualan dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada pengguna Shopee adalah sebesar 75,2%, sisanya 24,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Kualitas Layanan, Promosi Penjualan, Citra Merek, Keputusan Pembelian.**