

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN  
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK PADA  
PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI WILAYAH BEKASI**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen



Oleh :

Angel R

212611001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI  
BEKASI, 2025**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : ANGEL R  
NIM : 212611001  
Program Studi : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Produk pada Pengguna Aplikasi Shopee di Wilayah Bekasi

Skripsi tersebut telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Program Studi Sastra Satu Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Sofia Maulida.,SE.,MM.

NIDN: 0309027801

Dosen Pembimbing



Muhammad,SIP.,MM

NIDN: 1319128701

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN**  
**PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK PADA**  
**PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI WILAYAH BEKASI**

**OLEH**  
**ANGEL. R**  
**212611001**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian  
Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada Tanggal seperti tertera di bawah ini.

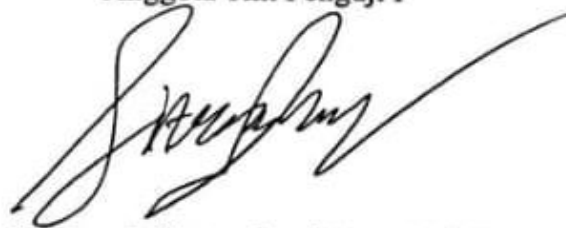
Bekasi, 22 Agustus 2025

Ketua Tim Penguji



Ir. Prillia Haliawan, MM., CQAP  
NIDN: 0430047303

Anggota Tim Penguji I



Fitrasyah Nurmulya, SHum., MSM  
NIDN: 0406058904

Anggota Tim Penguji II



Muhammad, SIP., MM  
NIDN: 1319128701

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS**

### **PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis Skripsi Saya ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 22 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan



**Angel. R**

**NIM: 212611001**

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Angel R  
NIM : 212611001  
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti  
Program Studi : SI Manajemen

Dengan ini saya memberikan persetujuan kepada **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti** untuk memiliki hak Non-Eksklusif Bebas Royalti (*Non-Exclusive Royal-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Pelayanan terhadap Minat Beli Produk pada pengguna Aplikasi Shopee di Wilayah bekasi”, beserta perangkat pendukung (Apabila ada). Dengan **Hak Non-Eksklusif Bebas Royalti** ini pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti** berhak menyimpan. Mengalih media atau format kan, menampilkan atau mempublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 22 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan



**Angel. R**

**NIM: 212611001**

## ABSTRAK

Perkembangan *E-commerce* di Indonesia, Khususnya Shopee semakin pesat karena menawarkan kemudahan transaksi. Namun ditengah persaingan ketat antar *marketplace*, minat beli dapat dipengaruhi oleh kualitas produk, promosi, dan pelayanan yang diberikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi, dan pelayanan terhadap minat beli pada pengguna aplikasi shopee di wilayah Bekasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *Purposive sampling* secara *online* kepada 115 responden yang merupakan pengguna Shopee aktif di wilayah Bekasi. Teknik analisis data menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 27. Hasil penelitian uji parsial variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai 4,342 ( $T_{hitung}$ ) > 1.98157 ( $T_{tabel}$ ) serta nilai signifikan 0,001 < 0,05. Variabel promosi dengan nilai 2,074 ( $T_{hitung}$ ) > 1.98157 ( $T_{tabel}$ ) nilai signifikan 0,040 < 0,05. Serta hasil Variabel pelayanan dengan nilai 3,683 ( $T_{hitung}$ ) > 1.98157 ( $T_{tabel}$ ) nilai signifikan 0,001 < 0,05. Secara simultan ke tiga variabel ini berpengaruh signifikan terhadap minat beli diperoleh nilai 41,218 ( $F_{hitung}$ ) > 2,68 ( $F_{tabel}$ ) dengan nilai signifikan 0,001 < 0,05. Penelitian ini memberikan bukti bahwa Kualitas Produk, Promosi, dan pelayanan berpengaruh terhadap minat beli produk pada aplikasi shopee di wilayah Bekasi.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Promosi, Pelayanan, Minat Beli

## ABSTRACT

*The development of E-commerce in Indonesia, especially Shopee, is growing rapidly because it offers easy transactions. However, amidst the tight competition between marketplaces, purchasing interest can be influenced by product quality, promotions, and services provided. This study aims to analyze the influence of product quality, promotions, and services on purchasing interest among Shopee application users in the Bekasi area. The study used a quantitative approach with an online purposive sampling technique to 115 respondents who are active Shopee users in the Bekasi area. The data analysis technique used the help of the SPSS version 27 application. The results of the partial test of the product quality variable have a positive and significant effect on purchasing interest with a value of 4.342 ( $T_{hitung}$ ) > 1.98157 ( $T_{tabel}$ ) and a significant value of  $0.001 < 0.05$ . The promotion variable with a value of 2.074 ( $T_{hitung}$ ) > 1.98157 ( $T_{tabel}$ ) significant value of  $0.040 < 0.05$ . And the results of the service variable with a value of 3.683 ( $T_{count}$ ) > 1.98157 ( $T_{table}$ ) significant value of  $0.001 < 0.05$ . Simultaneously, these three variables have a significant effect on purchasing interest, obtained a value of 41.218 ( $F_{count}$ ) > 2.68 ( $F_{table}$ ) with a significant value of  $0.001 < 0.05$ . This study provides evidence that Product Quality, Promotion, and service influence product purchasing interest on the Shopee application in the Bekasi area.*

**Keywords:** *Product Quality, Promotion, Service, Purchase Intention*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas berkat nikmat dan rahmat Karunianya sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan tepat waktu sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar sarjana manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti (STIE Tri Bhakti). Judul yang penulis ajukan adalah “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Produk pada Pengguna Aplikasi Shopee di Wilayah Bekasi”.

Penyusunan Skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung penulis selama proses penyusunan dan memberikan dukungan baik moral maupun materi kepada peneliti selama proses penelitian. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak yang berperan penting, antara lain kepada :

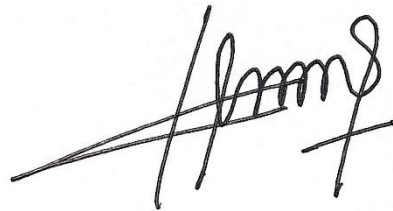
1. Bapak Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom, selaku Ketua STIE Tri Bhakti.
2. Ibu Sofia Maulida, Dr., SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Tri Bhakti.
3. Bapak Dr. Eddy Setyanto.,M.Si, selaku pembimbing akademik program studi Manajemen STIE tri Bhakti
4. Bapak Muhammad,SIP,.MM. selaku Dosen Pembimbing Skripsi Penulis.
5. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
6. Bapak Tri Muharto dan Ibu Neneng Setianingsih sebagai orang tua yang selalu memberikan doa dan dukungan material yang membuat peneliti menjadi semangat hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
7. Kristina Rugian dan Retno Ariningrum sebagai adik kandung peneliti yang telah memberikan dukungan dalam pembuatan skripsi.



8. Derry Fajar Muakhir sebagai teman spesial yang telah membantu dan memberikan dukungan dan semangat dari awal kegiatan perkuliahan berlangsung hingga saat ini
9. Angel Rugian, dengan saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit untuk bisa bertahan sampai di titik ini, terimakasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, Tetaplah menjadi manusia yang tidak lemah untuk mencoba.
10. Teman-teman seperjuangan peneliti yang selalu memberikan dukungan dan semangat dari awal kegiatan perkuliahan berlangsung hingga saat ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran untuk melengkapi tulisan ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Bekasi, 22 Agustus 2025



**Angel. R**

**NIM: 212611001**

## DAFTAR ISI

|                                                    |             |
|----------------------------------------------------|-------------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>             | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                     | <b>iii</b>  |
| <b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS .....</b> | <b>iv</b>   |
| <b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b> | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAK .....</b>                               | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRACT.....</b>                               | <b>vii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                         | <b>viii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                     | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                    | 1           |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....                     | 5           |
| 1.3 Batasan Masalah.....                           | 5           |
| 1.4 Perumusan Masalah .....                        | 5           |
| 1.5 Tujuan Penelitian.....                         | 6           |
| 1.6 Manfaat Penelitian .....                       | 6           |
| 1.7 Sistematika Menulisan .....                    | 7           |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>                 | <b>8</b>    |
| 2.1 Landasan Teori .....                           | 8           |
| 2.1.1 Bauran Pemasaran .....                       | 8           |
| 2.1.2 Minat Beli .....                             | 9           |
| 2.1.3 Kualitas Produk .....                        | 11          |
| 2.1.4 Promosi .....                                | 12          |
| 2.1.5 Pelayanan .....                              | 14          |
| 2.2 Penelitian Terdahulu.....                      | 16          |
| 2.3 Kerangka Penelitian .....                      | 20          |
| 2.4 Hipotesis Penelitian.....                      | 21          |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>             | <b>22</b>   |
| 3.1 Desain Penelitian.....                         | 22          |

|                                                    |           |
|----------------------------------------------------|-----------|
| 3.1.1 Tujuan Penelitian.....                       | 22        |
| 3.1.2 Metodologi Penelitian .....                  | 22        |
| 3.1.3 Strategi Penelitian .....                    | 22        |
| 3.1.4 Unit Analisis .....                          | 23        |
| 3.1.5 Keterlibatan Penelitian .....                | 23        |
| 3.1.6 Latar Penelitian .....                       | 23        |
| 3.1.7 Waktu Pelaksanaan.....                       | 23        |
| 3.2 Definisi Oprasional dan Pengukuran .....       | 24        |
| 3.2.1 Variabel Dependensi (Terikat) .....          | 24        |
| 3.2.2 Variabel Independen (Bebas) .....            | 24        |
| 3.3 Populasi Sampel .....                          | 26        |
| 3.3.1 Populasi .....                               | 26        |
| 3.3.2 Sampel.....                                  | 27        |
| 3.4 Sumber Data.....                               | 27        |
| 3.4.1 Data Primer .....                            | 28        |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....                  | 28        |
| 3.6 Teknik Analisis Data .....                     | 29        |
| 3.6.1 Uji Instrumen Penelitian .....               | 30        |
| 3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....                      | 31        |
| 3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....        | 33        |
| 3.6.4 Uji Hipotesis .....                          | 33        |
| 3.6.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....    | 34        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>           | <b>35</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....           | 35        |
| 4.1.1 Sejarah Perusahaan.....                      | 35        |
| 4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....               | 36        |
| 4.2 Hasil Penelitian .....                         | 37        |
| 4.2.1 Analisis Karakteristik Responden .....       | 37        |
| 4.2.2 Analisis Deskriptif Penilaian Variabel ..... | 43        |
| 4.2.3 Uji Validitas.....                           | 48        |
| 4.2.4 Uji Reliabilitas .....                       | 50        |
| 4.2.5 Asumsi Klasik .....                          | 51        |

|                                                                                                  |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.2.6 Analisis Data .....                                                                        | 53        |
| 4.2.7 Uji Hipotesis .....                                                                        | 55        |
| 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....                                                            | 57        |
| 4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial terhadap Minat beli .....                          | 58        |
| 4.3.2 Pengaruh Promosi Secara Parsial terhadap Minat Beli .....                                  | 59        |
| 4.3.3 Pengaruh Pelayanan Secara Parsial terhadap minat beli .....                                | 60        |
| 4.3.4 Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Pelayanan secara Simultan terhadap Minat Beli ..... | 61        |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                                            | <b>62</b> |
| 5.1 Simpulan .....                                                                               | 62        |
| 5.2 Saran-Saran .....                                                                            | 63        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                                       | <b>xv</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>                                                                   | <b>19</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1Peneliti Terdahulu.....                               | 16 |
| Tabel 3. 1Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel Y.....    | 24 |
| Tabel 3. 2Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel X1 .....  | 25 |
| Tabel 3. 3Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel X2 .....  | 25 |
| Tabel 3. 4Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel X3 .....  | 26 |
| Tabel 3. 5Skor Skala Kuesioner .....                            | 29 |
| Tabel 4. 1Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....       | 37 |
| Tabel 4. 2Jumlah Responden Berdasarkan Domisili.....            | 38 |
| Tabel 4. 3Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....               | 39 |
| Tabel 4. 4Jumlah Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....   | 40 |
| Tabel 4. 5Jumlah Responden Berdasarkan Pembelian Terakhir ..... | 41 |
| Tabel 4. 6Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan .....         | 42 |
| Tabel 4. 7Penilaian Variabel Minat Beli.....                    | 43 |
| Tabel 4. 8Penilaian Variabel Kualitas Produk.....               | 44 |
| Tabel 4. 9Penilaian Variabel Promosi .....                      | 45 |
| Tabel 4. 10Penilaian Variabel Pelayanan .....                   | 47 |
| Tabel 4. 11Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....             | 48 |
| Tabel 4. 12Hasil Uji Validitas Promosi .....                    | 48 |
| Tabel 4. 13Hasil Uji Validitas Pelayanan .....                  | 49 |
| Tabel 4. 14Hasil uji Validitas Minat Beli .....                 | 49 |
| Tabel 4. 15Hasil Uji Reliabilitas .....                         | 50 |
| Tabel 4. 16Hasil Uji Multikolinieritas .....                    | 52 |
| Tabel 4. 17Uji Regresi Linear Berganda.....                     | 54 |
| Tabel 4. 18Hasil Uji Parsial (Uji T) .....                      | 55 |
| Tabel 4. 19Hasil Uji Simultan (Uji F).....                      | 56 |
| Tabel 4. 20Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....       | 57 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Data Kunjungan <i>E-commerce</i> Terbanyak.....                  | 2  |
| Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....                                        | 20 |
| Gambar 3.1 Desain Penelitian.....                                           | 23 |
| Gambar 4. 1 Logo Perusahaan .....                                           | 35 |
| Gambar 4. 2 <i>Pie Chart</i> Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....       | 38 |
| Gambar 4. 3 <i>Pie Chart</i> Responden Berdasarkan Domisili .....           | 39 |
| Gambar 4. 4 <i>Pie Chart</i> Responden Berdasarkan Usia .....               | 40 |
| Gambar 4. 5 <i>Pie Chat</i> Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....    | 41 |
| Gambar 4. 6 <i>Pie Chart</i> Responden Berdasarkan pembelian Terakhir ..... | 42 |
| Gambar 4. 7 <i>Pie Chart</i> Responden Berdasarkan Pendapatan Terakhir..... | 43 |