

**PENGARUH HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA *MARKETPLACE SHOPEE*
DIKALANGAN MASYARAKAT KECAMATAN ENDE UTARA**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana
Manajemen pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Flores**



OLEH :

AKUILA KRESENSIA GAMBE
2020410347

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS FLORES
ENDE
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : AKUILA KRESENSIA GAMBE
Nim : 2020410347
**Judul : PENGARUH HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PADA
MARKETPLACE SHOPEE DIKALANGAN MASYARAKAT
KECAMATAN ENDE UTARA**

Ende, 18 Januari 2025

**Telah Diujikan dan Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Flores**

Pembimbing I



Dr. Mansyur A. Hamid, SE.,MM
NIDN. 08 1809 7501

Pembimbing II



Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 08 1410 9101

**Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores**



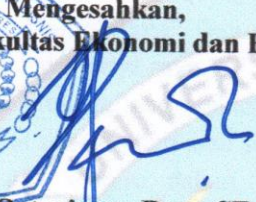
Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 08 1410 9101

LEMBAR PENGESAHAN

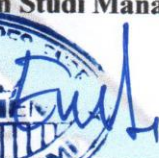
Telah diujikan dan disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores Untuk Dipertahankan Guna
Memperoleh Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Sabtu

Tanggal : 18 Januari 2025

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


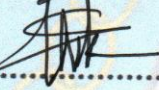
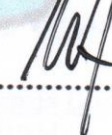
Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Sc
NIDN. 08 2609 7401

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen


Maria Endang Jamu, SE., MM
NIDN. 08 1410 9101

Tim Penguji:

- 01 **Gabriel Tanusi, SE., M.Si**
NIDN. 08 2706 7101
- 02 **Santy Permata Sari, S.AB., MM**
NIDN. 08 2906 9001
- 03 **Lambertus Langga, SE., M.Sc**
NIDN. 08 2507 7101
- 04 **Maria Endang Jamu, SE., MM**
NIDN. 08 1410 9101
- 05 **Dr. Mansyur A. Hamid, SE., MM**
NIDN. 08 1809 7501

1. 
2. 
3. 
4. 
5. 



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul : **“Pengaruh Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee Dikalangan Masyarakat Kecamatan Ende Utara”** Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 18 Januari 2025 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. bila kemudian terbukti bahwa ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 18 Januari 2025
Yang Memberi Pernyataan



Akuila Kresensia Gambe
2020410347

MOTTO

**Aku ditolak Dengan Hebat Sampai Jatuh,
Tetapi Tuhan Menolong Aku**

(Mazmur 118:13)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. **Orang Tua Tercinta**, Bapak Andreas Cordianus Tenda dan Mama Maria Hironima Dija yang telah menjadi sumber inspirasi, dukungan, dan doa yang tak henti-hentinya, serta cinta kasih yang tiada tara sepanjang perjalanan hidupku. Tidak lupa kakak Tarin, Eus, Gimin dan adiku Fadil yang selalu memberikan semangat dan doa.
2. **Keluarga**, yang selalu memberi semangat dan dorongan dalam menghadapi setiap tantangan serta memberikan kehangatan dalam setiap langkah.
3. **Teman-teman seperjuangan** Cico Arifin, Beatriks Meta, Nurdin Tahir, Ency Ora, Yoslinda Buba, dan Cucu-cucu Opa (Kojangaba Girls) yang selalu hadir sebagai pendukung dan motivator, baik dalam masa suka maupun duka.
4. **Semua pihak** yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan kontribusi dan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Dan yang terakhir, kepada diriku sendiri Akuila Kresensia Gambe. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai titik ini, walau sering merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terimakasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Akuila. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan sendiri.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**PENGARUH HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE DIKALANGAN MASYARAKAT KECAMATAN ENDE UTARA**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi pada tingkat pendidikan sarjana.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Bapak Rafael Oktavianus Byre, S.E.,M.Sc.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
2. **Ibu Maria Endang Jamu, SE.,MM** selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. **Bapak Dr.Mansyur Abdul Hamid, SE.,MM dan Ibu Maria Endang Jamu, SE.,MM** selaku dosen pembimbing yang sabar dan telaten memberikan arahan serta masukan berharga selama penyusunan skripsi ini.
4. **Bapak Camat Ende Utara Ichsan Abdilah Hatta** dan seluruh staf serta Masyarakat Kecamatan Ende Utara yang telah memberikan kesempatan dan dukungan dalam melakukan penelitian.

Ende, Februari 2025
Penulis

ABSTRAK

Akuila Kresensia Gambe, 2025. “Pengaruh Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee Dikalangan Masyarakat Kecamatan Ende Utara” Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Flores,

Pembimbing I : Dr. Mansyur A. Hamid, SE.,MM

Pembimbing II : Maria Endang Jamu, SE.,MM

Penelitian ini bertujuan (1) Untuk mengetahui dan menganalisis harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian online di kalangan masyarakat pada *marketplace Shopee*? (2) Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian online di kalangan masyarakat pada *marketplace Shopee*? (3) Untuk mengetahui dan menganalisis harga, kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian online di kalangan masyarakat pada *marketplace Shopee*? Penelitian ini termasuk penelitian assosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 orang yang melakukan pembelian online di *Marketplace Shopee* Dikalangan Masyarakat Kecamatan Ende Utara. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) Harga berpengaruh secara signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee Dikalangan Masyarakat Kecamatan Ende Utara dengan nilai β 0,600, serta thitung sebesar 8,549 dan R2 sebesar 43,7%. (2) Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee Dikalangan Masyarakat Kecamatan Ende Utara dengan nilai β 0,671, serta thitung sebesar 7,631 dan R2 38,3%. (3) Harga dan Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan dan bersama-sama Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee Dikalangan Masyarakat Kecamatan Ende Utara dengan nilai Fhitung sebesar 64,375 dan R2 58,1%.

Kata Kunci : Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, pembelian Online, Market Place Shopee

ABSTRACT

Akuila Kresensia Gambe, 2025. “The Influence of Price, and Product Quality on Online Purchasing Decisions at the Shopee Marketplace Among the People of North Ende District” Thesis, Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Flores,
Supervisor I: Dr. Mansyur A. Hamid, SE.,MM
Supervisor II: Maria Endang Jamu, SE.,MM

This study aims to (1) To find out and analyze the price influence on online purchasing decisions among the people in the Shopee marketplace? (2) To find out and analyze the quality of the product influence on online purchasing decisions among the people in the Shopee marketplace? (3) To find out and analyze the price, product quality influence on online purchasing decisions among the people in the Shopee marketplace? This study is an associative study using a quantitative approach. The sample in this study was 96 people who made online purchases at the Shopee Marketplace Among the People of North Ende District. Data were collected using a questionnaire that had been tested for validity and reliability. Multiple linear regression was used to test the hypothesis of this study.

The results of this study indicate that, (1) Price has a significant effect on Online Purchasing Decisions at the Shopee Marketplace among the Ende Utara District Community with a β value of 0.600, and a t count of 8.549 and R^2 of 43.7%. (2) Product Quality has a significant effect on Online Purchasing Decisions at the Shopee Marketplace among the Ende Utara District Community with a β value of 0.671, and a t count of 7.631 and R^2 of 38.3%. (3) Price and Product Quality have a significant and joint effect on Online Purchasing Decisions at the Shopee Marketplace among the Ende Utara District Community with an F count of 64.375 and R^2 of 58.1%.

Keywords: *Influence of Price, Product Quality, Purchasing Decisions, Online Purchases, Shopee Market Place*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	8

2.1.1.2 Pemasaran Jasa.....	9
2.1.1.3 Marketing Mix	10
2.1.2 Perilaku konsumen	10
2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	10
2.1.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	11
2.1.3 Harga.....	13
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	13
2.1.3.2 Dimensi Harga	14
2.1.3.3 Indikator Harga	16
2.1.3.4 Faktor-Fkator Yang Mempengaruhi Harga	18
2.1.4 Kualitas Produk.....	19
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	19
2.1.4.2 Dimensi Kualitas Produk	20
2.1.4.3 Indikator Kualitas Produk	22
2.1.4.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	23
2.1.5 Keputusan Pembelian	25
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	25
2.1.5.2 Dimensi Keputusan pembelian	26
2.1.5.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	26
2.1.5.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	27
2.1.6 Proses Keputusan Pembelian	28
2.1.7 Pertimbangan Konsumen Dalam Mengambil Keputusan.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu	32

2.3 Hipotesis.....	36
2.3.1 Pengaruh Harga (X1) dan Keputusan Pembelian Produk secara online (Y).....	37
2.3.2 Kualitas produk (X2) dan Keputusan Pembelian Produk secara online (Y).....	37
2.3.3 Harga (x1) dan kualitas Produk (x2) terhadap keputusan pembelian (Y) produk secara online.....	38
2.4 Kerangka Berpikir	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian.....	40
3.2 Lokasi Penelitian.....	41
3.3 Populasi dan sampel.....	41
3.3.1 Populasi	41
3.3.2 Sampel.....	41
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.5 Teknik Dan Prosedur Pengumpulan Data	45
3.6 Teknik Analisis Data.....	46
3.6.1 Uji Validitas	46
3.6.2 Uji Realibilitas	47
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.6.4 Uji Hipotesis	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	51
4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	51
4.1.1 Profil Perusahaan	51

4.1.2 Visi dan Misi Shopee	52
4.1.3 Logo	52
4.2 Deskripsi Responden Masyarakat Kecamatan Ende Utara.....	53
4.3 Uji Instrumen Penelitian	56
4.3.1 Uji Validitas	56
4.3.2 Uji Reliabilitas	58
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	60
4.4.1 Uji Linearitas.....	60
4.4.2 Uji Normalitas.....	60
4.4.3 Uji Multikolinieritas.....	61
4.4.4 Uji Heteroskedastisitas dengan uji glejser	62
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	64
4.5.1 Hipotesis Pertama	64
4.5.2 Hipotesis Kedua	65
4.5.3 Hipotesis ketiga.....	67
4.6 Hasil Pembahasan	69
4.6.1 Pengaruh Harga (X1) Terhadap Keputusan pembelian online pada marketplace Shopee	69
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan pembelian online pada marketplace Shopee.....	70
4.6.3 Pengaruh Harga (X1),Dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian online (Y) pada marketplace Shopee.	71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Aplikasi Online Shop 2023	2
Tabel 1.2 Daftar Produk Terlaris di Shopee 2024.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	32
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	44
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	45
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.2 Data Responden memiliki Aplikasi Shopee	54
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Rata-rata Pembelian melalui Aplikasi Shopee	55
Tabel 4.4 Tabel Uji Validitas	57
Tabel 4.5 Tabel Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Linearitas	60
Tabel 4.7 Uji Normalitas Data	61
Tabel 4.8 Uji Multikolinieritas.....	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Spearman's rho.....	62
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk secara online.....	64
Tabel 4.11 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online.....	65
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online	66

Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinan Kualitas Produk Terhadap	
Keputusan Pembelian Produk Secara Online.....	67
Tabel 4.14 Hasil Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk secara	
bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Produk secara	
online.....	68
Tabel 4.14 Model Summaryb.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian Ulang.....	29
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	39
Gambar 4.1 Logo Marketplace Shopee.....	53
Diagram 4.1 Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	54
Diagram 4.2. Persentase Responden memiliki Aplikasi Shopee	55
Diagram 4.3 Data Responden Berdasarkan Rata-rata Pembelian melalui Aplikasi Shopee	56