

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN TOKO SAEN JOHN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

FITROTUNNISWATI
NIM 2013115001

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN TOKO SAEN JOHN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

FITROTUNNISWATI
NIM 2013115001

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fitrotunniswati
NIM : 2013115001
Jurusan : Ekonomi Syariah
Angkatan : 2015

Menyatakan bahwa karya ilmiah / skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE (STUDI KASUS PADA PELANGGAN TOKO SAEN JOHN)” adalah benar-benar karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah kami sebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila tidak benar kami bersedia mendapatkan sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Pekalongan, Juli 2022

Yang menyatakan,



FITROTUNNISWATI
NIM 2013115001

NOTA PEMBIMBING

Muhammad Aris Safi'i, M.E.I

Perum Pisma Garden Tirto Kec. Pekalongan Barat, Kota Pekalongan

Lamp : 2 (dua) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Fitrotunniswati

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Pekalongan

c.q Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di PEKALONGAN

Assalamualaikum, Wr, Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Fitrotunniswati

NIM : 2013115001

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul : **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pelanggan Toko Saen John)**

Dengan ini mohon agar skripsi saudara tersebut segera dimunaqasahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum, Wr, Wb.

Pekalongan, 08 Juli 2022

Pembimbing,



Muhammad Aris Safi'i, M.E.I

NIP. 198510122015031004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.febi.uingusdur.ac.id email: febi@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : **Fitrotunniswati**
NIM : **2013115001**
Judul : **Pengaruh Kualitas Prolduk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Keputusan Pembeli Pada Aplikasi Shopee (Study Kasus Pada
Pelanggan Toko Saen John)**

Telah diujikan pada hari Senin, 18 Juli 2022 dan dinyatakan **LULUS** serta
diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah
(S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Achmad Tubagus Surur, M.Ag.
NIP. 19691227 199803 1 004

Penguji II

Muhammad Kholirul Fikri, M.E.I
NIP. 19900212 201903 1 006

Pekalongan, 31 Oktoberr 2022

Disahkan oleh Dekan,



Dr. H. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H.
NIP. 197502201999032001

MOTTO

Try your best. And let God do the rest.

Ben Carson

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirahim.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan skripsi ini penulis dapat banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak.

Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sulaiman (alm) dan Ibu Khodzikhah yang selalu memberi semangat dan doa dalam pengerjaan skripsi.
2. Suami tercinta mas Miftahun Nur yang selalu menemani, mendukung, dan selalu menjadi partner dalam proses pengerjaan skripsi dan dedek di perut yang selalu kuat membersamai ibu dari proses awal skripsi.
3. Kakak kandung saya Muhammad Mursyid yang selalu mensupport dalam penyelesaian skripsi.
4. Almamater saya Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Muhammad Aris Safi'I, M.E.I. selaku Dosen pembimbing yang telah mengarahkan saya dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini
6. Ibu Dewi Puspitasari, M.Pd selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
7. Sahabat dan teman-teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.

ABSTRAK

FITROTUNNISWATI, 2022, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pelanggan Toko Saen John), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Keputusan membeli merupakan hasil dari suatu hubungan yang saling mempengaruhi. Keputusan ini diambil setelah melalui beberapa perhitungan dan pertimbangan alternatif. Perumusan dalam masalah ini adalah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian produk pada aplikasi shopee di toko Saen John. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk pada aplikasi shopee di toko Saen John.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan toko Saen John pada aplikasi shopee dengan jumlah sampel sebanyak 98 orang responden. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah Uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji f dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian celana chinos pada aplikasi shopee di toko saen john, dibuktikan dari nilai t hitung $6,173 > t$ tabel $1,661$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,1$. maka H_{01} di tolak dan H_{a1} diterima (2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian celana chinos pada aplikasi shopee di toko saen john, dibuktikan dari nilai t hitung $3,409 > t$ tabel $1,661$ dengan nilai signifikansi $0,018 < 0,1$. maka H_{02} di tolak dan H_{a2} diterima. (3) kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian celana chinos pada aplikasi shopee di toko saen john, dibuktikan dari nilai t hitung $-2,102 > t$ tabel $1,661$ dengan nilai signifikansi $0,020 < 0,1$. Maka H_{03} di tolak dan H_{a3} diterima (4) Kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian celana chinos pada aplikasi shopee di toko saen john, Hal ini dibuktikan nilai F hitung $28,832 >$ dari F tabel $2,14$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,1$.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah & Bisnis Islam UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan dan dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Happy Sista Devy, M.M selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Ibu Dewi Puspitasari, M.Pd selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
6. Segenap staf pengajar UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang dengan ikhlas memberika ilmu, dorongan dan masukan yang bermanfaat bagi penulis serta seluruh komponen civitas akademik UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang secara langsung maupn tidak langsung membantu dalam penulisan skripsi.
7. Pihak Toko Saen John yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan selama penelitian
8. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan motivasi serta dukungan dan bantuan baik material maupun non material

9. Seluruh pihak yang terlibat dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, masukan baik kritik maupun saran yang membangun dari pembaca menjadi harapan penulis. Dengan segala kerendahan hati penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua orang.

Pekalongan, 08 Juli 2022

Penulis

Fitrotunniswati
NIM 2013115001

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
PEDOMAN TRANSLITERASI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A.Latar Belakang.....	1
B.Rumusan Masalah.....	5
C.Batasan Masalah	5
D.Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
E.Sistematika Penulisan	7

BAB II LANDASAN TEORI

A.Landasan Teori	8
B.Telaah Pustaka	45
C.Kerangka Berpikir.....	52
D.Hipotesis	55

BAB III : METODE PENELITIAN

A.Jenis dan Pendekatan Penelitian	57
B.Tempat dan Waktu Penelitian.....	57
C.Populasi dan Sampel.....	58
D.Variabel Penelitian.....	59
F.Jenis dan Sumber Data	63
G.Teknik Pengumpulan Data	64
H.Metode Analisis Data	65

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.Gambaran Umum Responden.....	73
B.Hasil Analisis Data	75
C.Pembahasan Hasil Penelitian.....	88

BAB V :PENUTUP

A.Kesimpulan	93
B.Keterbatasan Penelitian	93
C.Saran	94

DAFTAR PUSTAKA	95
-----------------------------	-----------

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha

د	dal	D	De
ذ	zal	z	zet (dengan titik di bawah)
ر	Ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (diatas)
غ	gain	G	Ge
فا	Fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	.	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أي = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

3. Ta Marbutah

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamilah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fatimah*

4. Syaddad (*tasyid, geminasi*)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberikan tanda *syaddad* tersebut.

Contoh :

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh :

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البيدع	ditulis	<i>al-badi'</i>
اجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh :

امرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Telaah Pustaka.....	45
Tabel 3.1	Operational Variabel.....	60
Tabel 3.2	Penilaian Kuesioner Skala Likert	63
Tabel 4.1	Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel 4.2	Kelompok Responden Berdasarkan Umur	74
Tabel 4.3	Kelompok Responden Berdaarkan Pekerjaan	75
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	76
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2).....	76
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	76
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	77
Tabel 4.8	Hasil Uji Realibilitas	78
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas	79
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinieritas.....	80
Tabel 4.11	Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Produk.....	81
Tabel 4.12	Hasil Uji Linearitas Variabel Harga	82
Tabel 4.13	Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Pelayanan	82
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	83
Tabel 4.15	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	84
Tabel 4.8	Hasil Uji t.....	86
Tabel 4.9	Hasil Uji F	87
Tabel 4.10	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan Performa Penjualan 2020-2021	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Kuesioner.....	I
Lampiran 2 : Tabulasi Kuesioner	IV
Lampiran 3 : Karakteristik Responden	IX
Lampiran 4 : Hasil Uji Statistik	X
Lampiran 5 : Tabel R, Tabel t, Tabel f	XX
Lampiran 6 : Surat Izin Penelitian	XXVI
Lampiran 7 : Surat Keterangan Penelitian	XXVII
Lampiran 8 : Dokumentasi	XXVIII
Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup	XXIX

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam aspek kehidupan masyarakat saat ini telah terjadi berbagai perubahan. Salah satu bentuk perubahan yang tampak nyata adalah bidang teknologi dan gaya hidup manusia. Masyarakat modern telah menggunakan teknologi sebagai bagian dari gaya hidup yang praktis. pola perilaku berbelanja sebagian masyarakat saat ini telah bergeser dari *offline* menuju *online*. Tren belanja online memicu kemunculan bisnis baru yang disebut dengan *e-commerce*. Ini adalah kegiatan melakukan transaksi bisnis secara online melalui media internet dan beragam perangkat terintegrasi dengan internet. Pada umumnya *e-commerce* merupakan transaksi yang terjadi dalam internet dan web (Febriani, 2020). Saat ini, telah banyak perusahaan *e-commerce* yang beroperasi di Indonesia dan ini berbanding lurus dengan banyaknya konsumen yang melakukan pembelian atau sekedar mencari informasi produk melalui situs *e-commerce*.

Kemajuan industri *e-commerce* di Indonesia ditandai dengan perkembangan sistem belanja online yang cukup diminati masyarakat Indonesia. Perdagangan elektronik platform online yang memungkinkan pembeli serta penjual melakukan berbagai kegiatan, menghubungkan fisik dan impian global. dari (Haryanto & Widyastuti, 2017) di dalam dunia digital seperti *e-commerce* bisa digunakan untuk transfer dana bahkan terdapat

sistem manajemen yang digunakan untuk melakukan pertukaran data inventaris secara otomatis.

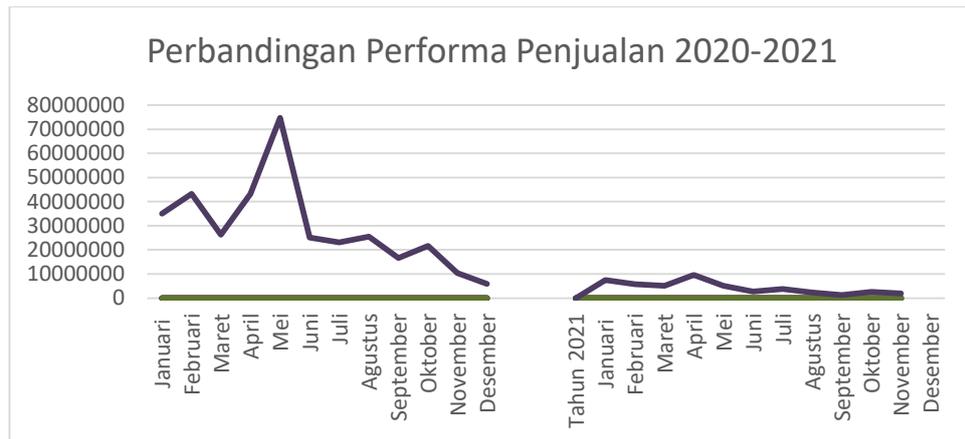
Di kuarta III tahun 2020 dengan jumlah pengunjung sebesar 96,5 juta shopee dapat memimpin sebagai situs platform terbesar pada e-commerce. Dan sebanyak 85 juta pengunjung Tokopedia sehingga bisa menjadi situs terlaris kedua setelah shopee, kemudian diikuti oleh bukalapak dan Lazada dengan jumlah pengunjung sebanyak 31,4 juta dan 22,7 juta. (Peta E-Commerce Indonesia, n.d.)

Shopee merupakan salah satu aplikasi jual beli melalui smart phone dengan memberikan fitur yang tersedia didalamnya buat mempermudah serta mempercepat bagi pengusaha pada memasarkan produknya. Shopee menyediakan aneka bentuk produk mulai dari produk fashion, produk makanan, produk kebutuhan sehari-hari, hingga kebutuhan pokok lainnya. Agar lebih memudahkan penggunanya, Shopee muncul dalam wujud aplikasi mobile. Di dalam aplikasi Shopee terdapat fitur-fitur sebagai pelengkap aplikasi dan memudahkan penggunanya untuk melakukan kegiatan belanja online tanpa harus membuka website melalui perangkat komputer.

Saen John merupakan salah satu merek bisnis yang bergerak dibidang fashion khususnya celana chino, Merek saen john yang terinspirasi dari luar negeri yang memiliki tujuan agar lebih maju dalam target penjualannya, saen john didirikan pada tahun 2018 di Kabupaten Pekalongan. Perusahaan memilih memasarkan produk celana chino merek Saen John di shopee. Dengan 25 karyawan yang perusahaan miliki mampu menghasilkan produk

700 pcs per minggunya serta berhasil menjual 70-150 alamat perharinya, apalagi Jika ada event atau ketika perusahaan megeluarkan diskon mampu sampai 300-500 alamat per harinya.

Gambar I.1



Gambar 3 : (<https://seller.shopee.co.id/datacenter/sales/overview>, n.d.)

Data di atas merupakan data penjualan celana chino dengan merk Saen John selama dua tahun, data tersebut menunjukkan bahwa total pembeli ditahun 2020 lebih banyak dibanding tahun 2021. Data tersebut membuktikan bahwa peminat merek saen john sedikit menurun. Untuk menarik minat pelanggan agar melakukan keputusan pembelian produknya, perusahaan ini memaksimalkan performa perusahaannya. Diantara faktor yang dimaksimalkan perusahaan ini antara lain dilihat dari faktor kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. Berbeda dengan toko *offline*, toko Saen John meningkatkan kualitas produk dengan cara memilih bahan yang baik dan membuat keterangan, foto, dan video yang detail agar konsumen mengetahui detail produk yang dijualnya. Penetapan harga Saen John melihat besarnya permintaan produk dan mempertimbangkan harga kompetitor di platform.

Serta meningkatkan kualitasnya dengan memilih admin yang ramah dan dapat membalas chatt tepat waktu agar mendapat penilaian yang baik dari pelanggan. Semakin baik nilai atau reputasi perusahaan maka perusahaan akan mendapatkan predikat yang baik di mata pelanggan bahkan tidak menutup kemungkinan bahwa produk yang dihasilkan oleh perusahaan bisa berekspansi dipasar dunia.

Berdasarkan kesimpulan dari data pendukung yang didapatkan oleh peneliti diatas maka peneliti memutuskan untuk menggunakan merek saen john yang mengerucut pada faktor kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan sebagai salah satu tujuan utama penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

Peneliti akan menggunakan model kuantitatif, dimana peneliti dapat mengungkapkan secara akurat terkait faktor yang mempengaruhi para konsumen untuk memutuskan membeli produk di toko Saen John. Pada penelitian ini berfokus pada konsumen toko Saen John dan diteliti dengan menggunakan metode kuesioner dalam teknik pengambilan datanya. Dimana para responden ini merupakan pengguna merek Saen John yang sudah cukup lama, pembeli celana merek Saen John yang hanya sekali, Dropshipper celana merek Saen John, Reseller celana merek Saen John, pembeli loyal celana merek Saen John lebih dari tiga kali, dan pemakai celana merek Saen John.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk celana chino merek Saen John pada aplikasi shopee?
2. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk celana chino merek Saen John pada aplikasi shopee?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk celana chino merek Saen John pada aplikasi shopee?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk celana chino merek Saen John pada aplikasi shopee?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah luas lingkup penelitian hanya pada produk celana chino merek Saen John pada aplikasi Shopee di toko Saen John.

D. Tujuan dan Manfaat

a. Tujuan

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a) Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk celana chino merek Saen John pada aplikasi shopee.

- b) Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk celana chino merek Saen John pada aplikasi shopee.
- c) Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk celana chino merek Saen John pada aplikasi shopee.
- d) Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk celana chino merek Saen John pada aplikasi shopee.

b. Manfaat

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini ialah dapat memberikan manfaat berikut:

a) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat serta pandangan terkait dengan produk celana chino, dan juga dapat memberikan manfaat bagi produk-produk fashion sejenis untuk dapat lebih bersaing dan meningkatkan penjualan mereka di pasaran terutama di e-commerce platform shopee.

b) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam hal pengambilan keputusan dalam membeli sebuah produk fashion yang dalam penelitian kali ini berfokus pada produk fashion celana chino merek Saen John e-commerce platform shopee.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam menjelaskan penelitian ini terdiri dari lima bab. Bab I adalah pendahuluan yang merupakan penjabaran gambaran peneliti untuk melakukan penelitian yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Bab II berisi tinjauan pustaka yang membahas teori-teori yang berkaitan dengan penelitian keputusan pembelian di e-commerce, penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian, kerangka berfikir, dan hipotesis dalam penelitian. Bab III berisi metode penelitian yang membahas metode yang digunakan, variabel, sampel, dan tahapan proses penelitian. Bab IV berisi tentang analisis dan pembahasan, dan Bab V Terakhir berisi tentang penarikan kesimpulan penelitian, dan agenda yang dapat dilakukan peneliti mendatang.

BAB V PENUTUP

A. SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee di toko Saen John. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee di toko Saen John.
2. Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee di toko Saen John.
3. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee di toko Saen John.
4. Kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee di toko Saen John. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen membeli pada aplikasi shopee di toko Saen John dapat dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. Keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan sebesar 24,8%. Sedangkan sisanya 75,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

B. KETERBATASAN PENELITIAN

1. Variabel yang diteliti hanya berfokus pada kualitas produk, harga, dan

kualitas pelayanan serta keputusan pembelian sehingga mengabaikan variabel-variabel lain. Alangkah baiknya bagi para peneliti selanjutnya untuk memperbanyak variabel lain yang akan diteliti.

2. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 sehingga kesimpulan penelitian ini hanya berlaku pada tahun tersebut.

C. SARAN

Setelah peneliti melakukan semua tahapan-tahapan dan berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan dalam penelitian ini ada beberapa saran yang peneliti rangkum untuk perbaikan penelitian dimasa yang akan datang, antara lain sebagai berikut;

- a. Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik ataupun yang berminat untuk mengangkat judul kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap dan keputusan pembelian pada aplikasi shopee agar menggali lagi faktor-faktor selain faktor yang sudah dimuat dalam penelitian ini.
- b. Untuk perusahaan yang menawarkan produknya di aplikasi shopee agar tetap memperhatikan kualitas produk dan harga karena variabel tersebut memberikan sumbangan yang besar dalam mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.
- c. Kualitas barang yang dipasarkan harus seimbang dengan harga yang ditentukan karena dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan memiliki penilaian produk yang baik. Dengan begitu, dapat memperkuat persepsi konsumen bahwa kualitas barang yang ditawarkan oleh *marketplace* Shopee merupakan produk yang memiliki kualitas yang baik.

Daftar Pustaka

- Adiwijaya, Michael. (2010). *8 Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel ALA Indonesia*. Jakarta: PTElex Media Komputindo.
- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Jakarta : Bandung: alfabeta
- Anggi, A. A. (2016). *Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pembelian Alat Elektronik Pada Toko Ardha*.
- Asnawi, Nur. & Masyhuri. (2011) *Metode Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: uin Mailiki Press
- Chu, T., Lin, C., & Prather, L. J. (2005). *Chu, Lin, Prather_2005_An Extension of Security Price Reactions Around Product Recall Announcements.pdf. 1981*.
- Febriani, N. S., Dewi, W. W. A., & Avicenna, F. (2020). Perilaku Konsumen terhadap Kualitas e-Service pada e-Commerce. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 240–261. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i2.1533>
- Ghozali, Imam. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23, Ed.8*. Semarang: badan penerbit universitas diponegoro.
- Haryanto, R., & Widyastuti, P. (2017). Pengaruh Kualitas Sistem dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna dengan Persepsi Manfaat sebagai Variabel Intervening. *Journal For Business and Entrepreneur*, 41(2), 84–93.

<http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/JBE/article/view/1734>

Haryanto, Rudi. (2020) *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori Dan Praktik)*. Jakarta:Duta Media.

Hermawan, Haris. 2015. (2018). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN, KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ROTI CERIA DI JEMBER. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(2), 1–15.
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=42&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjb5aLXiqXbAhXVb30KHchZDIk4KBAWCC4wAQ&url=https%3A%2F%2Fjurnal.ugm.ac.id%2Fjmpf%2Farticle%2Fview%2F29390%2F17543&usg=AOvVaw2mUx8cO0M0VBz16AWxd8MA%0Ahttp://www.jurnal>

Hidayat, Riau Rahmat (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembeli. Medan : universitas islam negeri sumatra utara.

<https://seller.shopee.co.id/datacenter/sales/overview>. (n.d.). *data penjualan toko saen john dibulan mei 2021*. Penjualan Toko Saen John.

Huggins, L. P. (1998). Total quality management and the contributions of A.V. Feigenbaum. *Journal of Management History (Archive)*, 4(1), 60–67. <https://doi.org/10.1108/13552529810369623>

i Price. (2020). *Southeast Asia's Map of E-commerce Analysing the Region's E-Commerce Landscape & Its Biggest Players Amidst COVID-19 2020 Year-End Report*. 15.

- Ifur, A., & Budhi, S. (2009). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Budhi Satrio Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12), 15 Of 15.
- Konjkav Monfared, A., Mansouri, A., & Jalilian, N. (2021). The influence of personality and social traits on the importance of brand design of luxury brands and brand loyalty. *American Journal of Business*, 36(2), 128–149. <https://doi.org/10.1108/ajb-03-2020-0033>
- Kotler, P. (n.d.). *Prinsip-prinsip Pemasaran*.
- Kotler, P.& Gary Armstrong (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran edisi II Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT. Indeks Jakarta
- Laufer, D., & Coombs, W. T. (2006). How should a company respond to a product harm crisis? The role of corporate reputation and consumer-based cues. *Business Horizons*, 49(5), 379–385. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2006.01.002>
- Lizarondo, L. M., Kumar, S., & Grimmer-Somers, K. (2012). Exploring the Impact of a Structured Model of Journal Club in Allied Health—A Qualitative Study. *Creative Education*, 03(06), 1094–1100. <https://doi.org/10.4236/ce.2012.326164>
- Mardalis. (2010). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta : PT Bumi Aksara

- Masyhuri & Zaenudin. (2011). *Metodologi Penelitian*. Bandung : PT. Rafika Aditama
- Nasution, Mustafa Edwin. (2010). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Nasution, S. L. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE*.
- Noel, H. (n.d.). *Consumer behaviour Consumer behaviour*.
- Peta E-Commerce Indonesia. (n.d.). *No Title*.
<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Rahmawati. (2016). Manajemen Pemasaran. *University Mulawarman*, 4–5.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Hansen, H. (2012). *Consumer Behaviour: A European Outlook*. In *Pearson Education*.
- Sudjana. (2005). *metode statistika*. Bandung : PT Tarsito.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. Bandung : alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta
- Sukaatmadja, I Putu Gede. (2020). *Manajemen Pemasaran Pariwisata*. Klaten: Lakeisha.
- Suntoyo, Danang. (2015). *Perilaku konsumen dan pemasaran*. Yogyakarta : CAPS (center of academic publising service)
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). *Pengaruh Kualitas*

Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal
Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85.

<https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>

Tjitono, Fandy. (2005). *Prinsip-Prinsip Total Quality Servis*. Yogyakarta :
Andi.