

**SKRIPSI**

**ANALISIS KUALITAS WEBSITE, PROMOSI PENJUALAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE  
DI SITUS LAZADA CO.ID**



**Oleh :**

**ROHMATULLAILINH**

**NBI: 1211700037**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2021**

**ANALISIS KUALITAS WEBSITE, PROMOSI PENJUALAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE  
DI SITUS LAZADA CO.ID**

**SKRIPSI**

Di ajukan untuk memenuhi persyaratan  
guna mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis

**Oleh :**

**ROHMATULLAILNH**

**NBI : 1211700037**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2021**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Rohmatullaili NH  
NBI : 1211700037  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Website, Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Situs Lazada.co.id.

Surabaya, 18 Juni 2021  
Mengetahui / Menyetujui  
Pembimbing,






Dra. Ec. I. A. Sri Brahmayanti, MM.

## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan di terima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 18 Juni 2021.

### TIM PENGUJI :

- |  |           |   |
|--|-----------|---|
| 1. Dr. Ulfi Pristiana, M. Si.          | - Ketua   | :  |
| 2. Dra. Ec. Dyah Rini Prihastuty, MM.  | - Anggota | :  |
| 3. Dra. Ec. I. A. Sri Brahmayanti, MM. | - Anggota | :  |

Mengesahkan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Dekan,

**Dr. H. Slamet Rivadi, M.Si., Ak., CA**  
NPP.20220.93.0319

## **SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT**

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama Lengkap : Rohmatullaili NH (P)
2. NBI : 1211700037
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. Alamat Rumah (KTP) : Sampang, Desa Buntan Barat  
Kec. Ketapang, Madura

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

**“ANALISIS KUALITAS WEBSITE, PROMOSI PENJUALAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE  
DI SITUS LAZADA.CO.ID”.**

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan. Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 18 Juni 2021  
Yang Membuat

(Rohmatullaili NH)



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl.Semolowaru 45 Surabaya  
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)  
Email: perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rohmatullaili NH  
NBI : 1211700037  
Fakultas : Ekonomi Bisnis  
Program Studi : manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

**“ANALISIS KUALITAS WEBSITE, PROMOSI PENJUALAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE  
DI SITUS LAZADA.CO.ID”.**

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada Tanggal : 18 Juni 2021

Yang Menyatakan,

Materai  
6000  
TTD

( Rohmatullaili NH )

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan dan rasa syukur. Saya mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Semoga segala amal kebaikan tersebut mendapat balasan yang berlimpah dari Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada :

1. Dra. Ec. I. A. Sri Brahmayanti, MM. Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, wawasannya dan telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini.
2. Dr. Nekky Rahmiyati, MM. Selaku Dosen mata kuliah Metodologi Penelitian banyak memberikan banyak memberikan tambahan ilmu serta wawasannya dalam penulisan skripsi ini.
3. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Dr. Ulfi Pristiana, M. Si. Selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melaksanakan penelitian.
6. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
7. Nor Holis dan Ibu Siti Rofi'ah selaku orang tua saya, yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayangnya, yang menjadi penyemangat saya, serta memberikan dukungan, perhatian moril maupun materil dan senantiasa selalu mendoakan saya dalam menjalani proses dari awal masuk kuliah hingga ujian skripsi ini.

8. Seluruh Team Devisi Marketing Online Saya sekaligus sahabat saya (Mas Nurman, Mas Putu dan Mas Ino) yang telah banyak membantu, mendukung, dan memberikan semangat dalam menjalani proses perkuliahan hingga ujian skripsi ini.

Saya mengucapkan banyak rasa terimakasih kepada semua pihak dan apabila ada yang tidak disebutkan saya mohon maaf. Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak cacat cela dalam skripsi ini, saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Dengan besar harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi saya dan para pembaca Terimakasih.

Surabaya, 18 Juni 2021

Penulis



## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh dari kualitas Website dan promosi Penjualan, berpengaruh terhadap minat beli toko online Lazada. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif. dengan melakukan observasi dan mengumpulkan data menggunakan teknik kuesioner jumlah sampel yang diperoleh dengan teknik pengambilan sampel secara random menggunakan rumus solvin adalah sebanyak 81 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Analisis data dalam penelitian ini sepenuhnya menggunakan program SPSS versi 16. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Website, Promosi Penjualan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di situs lazada .co.id. Dengan hasil penelitian ini diharapkan toko *online* Lazada lebih memperhatikan kualitas Website, dan promosi penjualan sebagai faktor pendukung dalam meningkatkan Minat Beli disitus lazada .co.id.

**Kata Kunci : Analisis Kualitas Website, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian.**

## **ABSTRACT**

*This study aims to test whether there is an influence from the quality of the Website and Sales promotion, affecting the interest in buying Lazada's online store. The research was conducted using quantitative methods. by observing and collecting data using a questionnaire technique, the number of samples obtained by random sampling using the Slovin formula was 81 respondents. The data analysis method used is multiple regression analysis. Data analysis in this study is fully using the SPSS version 16 program. The results of this study indicate that Website Quality, Sales Promotion, have a positive and significant effect on Purchase Decisions on the Lazada .co.id site. With the results of this study, it is hoped that the Lazada online store will pay more attention to the quality of the website, and sales promotion asa supporting factor in increasing buying interest on the Lazada .co.id site.*

**Keywords : Website Quality Analysis, Sales Promotion, Purchase Decision.**

## RINGKASAN

Keputusan Pembelian disitus Lazada.co.id dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti Kualitas Website dan promosi penjualan yang ditawarkan dalam situs lazada co.id . dalam hal ini kualitas platform lazada mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak stabil. Platform yang dimiliki lazada menyadari bahwa ketidakstabilan ini juga dapat dipengaruhi oleh factor web yang dimiliki, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas website (X1), dan Promosi Penjualan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) di situs Lazada co.id Hipotesis dalam penelitian ini yaitu (1) Kualitas Website berpengaruh terhadap keputusan pembelian (2) Promosi Penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (3) Kualitas Website dan Promosi Penjualan secara bersama sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).dan hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai 45% yang berarti keseluruhan variabel bebas (Kualitas Website dan Promosi Penjualan) dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian 45% sedangkan sisanya 54% dijelaskan oleh variabel yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Populasi dalam penelitian ini adalah customer Lazada yang pernah dan sering melakukan transaksi di situs lazada co.id yang berjumlah 430 orang yang sesuai dg syarat responden peneliti. Sampel yang digunakan sebanyak 81 orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus solvin. Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu IBM SPSS Statistics 16.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linier berganda  $Y = 0,342 + 0,215X_1 + 0,301X_2$ . Hasil uji t (uji parsial) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas website berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$  Artinya H1 diterima. Dan Variabel promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar  $0,006 < 0,05$  Artinya H2 diterima. Sementara itu hasil dari uji F (uji simultan) dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas website berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , dapat dinyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas website dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian disitus lazada co.id.

## SUMMARY

*Purchase decisions on the Lazada.co.id site can be influenced by various factors, such as Website Quality and sales promotions offered on the Lazada co.id site. In this case the quality of the lazada platform has increased and decreased unstable. The platform owned by Lazada realizes that this instability can also be influenced by the web factor it has. This study aims to determine and analyze the effect of website quality (X1), and Sales Promotion (X2) on purchasing decisions (Y) on the Lazada co.id site. Hypothesis In this study, namely (1) Website quality affects purchasing decisions (2) Sales Promotion affects purchasing decisions. (3) Website quality and Sales Promotion simultaneously affect purchasing decisions (Y). And the results of the termination coefficient show a value of 45%, which means that all independent variables (Website Quality and Sales Promotion) can explain the purchasing decision variables 45% while the remaining 54% explained by variables not discussed in this study.*

*The population in this study were Lazada customers who had and often made transactions on the Lazada co.id site, amounting to 430 people who were in accordance with the requirements of the research respondents. The sample used was 81 people with the sampling technique using the solvin formula. The method of data collection was done through a questionnaire. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis using the IBM SPSS Statistics 16 tool.*

*Based on the results of the study obtained multiple linear regression equation  $Y = 0.342 + 0.215X1 + 0.301X2$ . The results of the t-test (partial test) in this study indicate that the website quality variable has a significant effect on purchasing decisions with a significance value of  $0.002 < 0.05$ . This means that H1 is accepted. And the sales promotion variable has a significant effect on purchasing decisions with a significance value of  $0.006 < 0.05$ . This means that H2 is accepted. Meanwhile, the results of the F test (simultaneous test) in this study state that the website quality variable has a significant effect on purchasing decisions with a significance value of  $0.000 < 0.05$ , it can be stated that Ho is rejected and Ha is accepted.*

*The results of this study indicate that partially website quality and sales promotion variables have a positive and significant effect on purchasing decisions on the Lazada co.id site.*

*than the significant value set  $0.000 < 0.05$  and the value of  $t_{count} 6,609 > t_{table} 1,980$ , so it can be concluded that  $H_3$  is accepted which means that there is an influence between Brand Image (X3) on Consumer Satisfaction (Y). The results of this study are also supported by the large influence of the value of  $R^2$  which is 0.606 or 60.6%, which means that the variable Perceived Value (X1), Product Quality (X2), Brand Image (X3) is able to explain that the variable Consumer Satisfaction (Y) as the dependent variable (bound) of 60.6%, while the remaining 39.4% is explained by other variables not examined in this study.*

## DAFTAR ISI

<b>COVER LUAR</b>	
<b>COVER DALAM</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT</b> .....	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10

<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	11
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	11
2.2 Perilaku Konsumen .....	12
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	12
2.2.2 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	12
2.3 Keputusan Pembelian .....	13
2.3.1 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online .....	14
2.3.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Secara Online .....	14
2.4 Kualitas Website .....	15
2.4.1 Dimensi Kualitas Website .....	16
2.4.2 Peran Website Dalam E-commerce .....	16
2.5 Promosi Penjualan .....	16
2.5.1 Peran Promosi Penjualan .....	17
2.5.2 Manfaat Promosi Penjualan .....	17
2.6 Penelitian Terdahulu .....	18
2.7 Hubungan Antar Variabel .....	20
2.7.1 Hubungan Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian .....	20
2.7.2 Hubungan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian .....	20

2.8 Kerangka Konseptual .....	21
2.9 Hipotesis .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1 Desain Penelitian .....	23
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	23
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	23
3.4 Populasi dan Sampel .....	24
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	26
3.7 Proses Analisis Data .....	28
3.8 Metode Analisis Data Dan Analisis Data .....	28
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis .....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	33
4.1.1 Sejarah Lazada .....	33
4.1.2 Profil Situs Lazada .....	33
4.1.3 Visi dan Misi Lazada .....	34
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	35
4.2.1 Karakteristik Responden .....	35
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	38
4.3 Uji Instrumen .....	41
4.4 Analisis Data .....	44
4.4.1 Uji Asumsi Klasik .....	44



4.5 Pengujian Hipotesis .....	47
4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	47
4.5.2 Koefisien Determinasi .....	49
4.5.3 Uji Signifikan Serempak (Uji F) .....	49
4.5.4 Uji Signifikan Parsial (Uji t) .....	50
4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian .....	51
4.7 Implikasi Penelitian .....	53
4.8 Keterbatasan Penelitian .....	54
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>55</b>
5.1 Simpulan .....	55
5.2 Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>61</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Gambar Grafik Pertumbuhan E-commerce Di Indonesia Mulai Tahun 2016 - 2022 .....	4
Gambar 1.2	Tingkat Kunjungan Situs Lazada Indonesia.....	5
Gambar 2.1	Hubungan Variabel Kualitas Website Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	22
Gambar 4.1	Uji Normalitas Dengan Histogram .....	45
Gambar 4.2	Uji Normalitas Dengan Normal P-P <i>plat of regresion Standarized</i> ....	45
Gambar 4.3	Uji Heteroskedastisitas .....	46

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Toko Online Yang Paling Menguasai Pasar Indonesia .....	2
Tabel 1.2	Tingkat Keluhan Pengguna Situs Lazada Indonesia Pada Tahun 2018 - 2020 .....	6
Tabel 1.3	Promosi Penjualan Situs Lazada Indonesia .....	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3.1	Skala Likert .....	26
Tabel 4.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....	35
Tabel 4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
Tabel 4.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Profesi .....	36
Tabel 4.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	37
Tabel 4.5	Variabel Kualitas Website (X1).....	38
Tabel 4.6	Promosi Penjualan (X2) .....	40
Tabel 4.7	Keputusan Pembelian (Y).....	41
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Validitas Variabel Penelitian .....	42
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	43
Tabel 4.10	Uji Normalitas .....	44
Tabel 4.11	Uji Multikolinearitas .....	47
Tabel 4.12	Analisis Regresi Linear Berganda .....	48
Tabel 4.13	Koefisien Determinasi .....	49
Tabel 4.14	Uji F .....	50
Tabel 4.15	Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t) .....	50

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian .....	61
Lampiran 2	Tabulasi Data .....	66
Lampiran 3	Hasil Analisis Karakteristik Responden .....	74
Lampiran 4	Hasil Analisis Deskripsi Variabel Penelitian.....	76
Lampiran 5	Hasil Analisis Uji Validitas .....	78
Lampiran 6	Hasil Analisis Uji Reliabilitas .....	82
Lampiran 7	Grafik Uji Normalitas .....	83
Lampiran 8	Uji Heteroskedastisitas .....	84
Lampiran 9	Hasil Analisis Uji Multikolinearitas .....	85
Lampiran 10	Analisis Regresi Linear Berganda.....	86
Lampiran 11	Koefisien Determinasi .....	87
Lampiran 12	Uji Signifikan Serempak (Uji F) .....	88
Lampiran 13	Uji t .....	89