

**ANALISIS KOMPARASI PROMOSI ONLINE DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(STUDI KASUS APLIKASI BELANJA ONLINE SHOPEE DAN LAZADA  
DI SURABAYA)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Administrasi Bisnis**



**Oleh :**

**AMELIA ZULITA PURNAMA SARI**

**1121700061**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
SURABAYA**

**2021**

**ANALISIS KOMPARASI PROMOSI ONLINE DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI KASUS APLIKASI BELANJA ONLINE SHOPEE DAN LAZADA  
DI SURABAYA)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Administrasi Bisnis**



Oleh :

**AMELIA ZULITA PURNAMA SARI**  
1121700061

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
SURABAYA  
2021**



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)  
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

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

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amelia Zulita Purnama Sari  
NBI/ NPM : 1121700061  
Fakultas : FISIP  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/ Praktek\*

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 Komparasi Promosi Online dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Aplikasi Belanja Online Shopee dan Lazada).

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

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada tanggal : 29 Desember 2021

Yang Menyatakan,



(AMELIA ZULITA PURNAMA S...)

\*Coret yang tidak perlu



**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Amelia Zulita Purnama Sari  
NPM : 1121700061  
Judul : Analisis Komparasi Promosi Online dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Aplikasi Belanja Online Shopee dan Lazada)

Surabaya, 29 Desember 2021

Mengetahui,


Disetujui Oleh,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dosen Pembimbing



**Drs. Agus Pujiyanto, MM.**



**Dra. Awin Mulvati, MM**

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh  
Gelar Sarjana pada tanggal 29 Desember 2021

**Dewan Penguji :**

1. **Dra. Awin Mulyati, MM** (

Ketua


2. **Dra. Diana Juni Mulyati, MM** (

Anggota

3. **Dr. IGN. Anom Maruta, MM** (

Anggota

Mengesahkan  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS 17-AGUSTUS 1945  
SURABAYA  
Dekan,

  
**Drs. Agung Pujianto, MM.**

## **MOTTO**

“Apapun jalan yang sudah kamu pilih lakukan yang terbaik dan jalani dengan menjadi dirimu dengan versi terbaik maka hasil yang terbaik akan mengikutimu. Semua orang akan sukses dengan caranya masing-masing. Jangan putus asa, terus berjalan dan fokus pada tujuanmu”

-Amelia Zulita Purnama-

“Ketika sesuatu tidak berjalan dengan lancar, daripada mencaci diri sendiri, lebih baik katakan, “Okay, ini telah terjadi saat ini, jadi untuk ke depannya, aku akan melakukannya dengan lebih baik”. Ada yang bilang bahwa kegagalan adalah batu loncatan untuk kesuksesan yang berikutnya. Jika sesuatu berjalan dengan lancar, kamu harus berkata, “Sungguh, aku memang melakukannya dengan baik. Aku adalah orang yang hebat, aku adalah yang terbaik”. Dengan ini, saya harap kalian semua bisa mencintai diri sendiri”

-Kim Seok Jin-

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orangtua saya terutama ibu saya Lilis Arintah.
2. Untuk keluarga terdekat saya budhe pakhe dan saudara sepupu saya terimakasih atas support nya selama mengerjakan skripsi.
3. Untuk Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya terimakasih untuk ilmu dan pengalaman yang sangat berharga selama 4,5 tahun ini.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan petunjuk-Nya sehingga Penullis dapat menyelesaikan skripsi, yang berjudul “Analisis Komparasi Promosi Online dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Belanja Online Shopee dan Lazada di Surabaya”.

Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai syarat untuk menyelesaikan program pendidikan Strata-1 (S1) jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam proses penyusunan dan penulisan penelitian skripsi ini, Penulis menyadari bahwa tidak menutup kemungkinan jika terdapat kekurangan, terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, saran dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Awin Mulyati, MM sebagai Dosen Pembimbing I dan Drs. Ute Chairus M. Nasution, MS sebagai Dosen Pembimbing II, yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan serta arahan dengan sepuh hati kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini hingga terselesaikan dengan baik.
2. Ibu Dr. Rachmawati Novaria, MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
3. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM selaku Kepala Progran Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Bapak Drs. Ute Chairus M. Nasution, MS selaku dosen wali yang telah memberikan restu dan dukungan untuk mengambil mata kuliah skripsi di semester ini.
5. Teruntuk almamater saya tercinta Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya terimakasih di tempat ini saya mendapat ilmu pengetahuan yang mana tidak pernah saya dapatkan di bangku sekolah dulu, dan terimakasih atas segala pengalaman baik dalam hal berorganisasi melalui HIMANITA dan FORDIMAPELAR, juga pengalaman mengenai kompetisis kewirausahaan melalui PKM dan KMI yang mana saya tidak pernah membayangkan sebelumnya biasa lolos seleksi hingga Monev.
6. Teruntuk Mama, Terimakasih selalu berjuang untuk pendidikan saya selama ini. Dan terimakasih atas dukungan, motivasi dan doanya selama ini sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi dengan baik. Saya akan selalu berusaha menjadi anak yang berbakti dan dapat dibanggakan.
7. Teruntuk Devy adik saya terimakasih selama ini selalu menyemangati dan membantu saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Teruntuk saudara sepupu saya, Shinta, Veni Akbar dan budhe terima kasih untuk doa, nasihat, semangat dan motivasi selama ini.
9. Terimakasih untuk bos dan rekan kerja saya yang selalu mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teruntuk sahabat saya Ainaya terimakasih selama ini selalu mendengarkan keluh kesah saya dan selalu berusaha membantu saya ketika terdapat kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini, meskipun kadang akhirnya saya mnemukan jawabannya sendiri dari Internet maupun Youtube. Terimakasih untuk 4,5 tahun ini selalu ada bersama saya baik susah maupun senang.
11. Teruntuk sahabat saya dari SMA Ovi dan juga keluarganya terimakasih atas dukungan dan motivasinya selama untuk segera menyelesaikan Skripsi ini.



12. Teruntuk calon menantu idaman (Ainaya, Mayga, Septi, Sherin dan Zindy) yang selalu memberi semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Teruntuk Hendy Octaviano Sutjipto terimakasih atas dukungan dan motivasinya untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Dan terimakasih sudah menjadi teman sharing berbagai ilmu pengetahuan, mengenalkan dan mendorong saya untuk mengikuti kompetisi kewirausahaan seperti PKM dan KMI.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Namun besar harapan bagi penulis bila skripsi ini dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan dan menjadi suatu karya yang bermanfaat bagi para pembaca.

Surabaya, 22 Desember 2021

Amelia Zulita Purnama Sari

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	ii
Lembar Persetujuan Skripsi .....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iv
Lembar Pernyataan Keaslian .....	v
Lembar Persetujuan Publikasi.....	vi
Motto.....	vii
Persembahan .....	viii
Abstrak.....	ix
Abstract .....	x
Kata Pengantar .....	xi
Daftar Isi .....	xiii
Daftar Gambar .....	xiv
Daftar Tabel .....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	x12ii
DAFTAR TABEL.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
1.5 Sistematika Penulisan .....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	5
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Bauran Pemasaran.....	11
2.2.2 Promosi .....	12
2.2.3 Promosi Online .....	13
2.2.4 Kualitas Pelayanan.....	14
2.2.5 Perilaku Konsumen .....	15
2.2.6 Keputusan Pembelian.....	15
2.2.7 Teori Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.2.8 Teori Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.3 Kerangka Dasar Pemikiran .....	18
2.4 Definisi Konsep Dan Operasional.....	18
2.5 Hipotesis .....	19
BAB III METODE PENELITIAN .....	21
3.1 Rancangan Penelitian.....	21
3.2 Populasi dan Sampel.....	21
3.2.1 Populasi.....	21
3.2.2 Sampel.....	21
3.3 Skala Pengukur dan Instrumen Penelitian .....	22
3.3.1 Pengukuran Penelitian.....	22
3.3.2 Instrumen Penelitian .....	22
3.3.3 Uji Validitas dan Reabilitas .....	23
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	24

3.4.1 Sumber Data.....	24
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.5 Analisis Data.....	25
3.5.1 Analisi Deskriptif dan Statistik .....	25
3.5.2 Uji Analisis Data.....	26
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>29</b>
4.1 Penyajian Data .....	29
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	29
4.2 Gambaran Umum Responden .....	32
4.2.1 Profil Responden.....	32
4.3 Uji Validitas dan Reabilitas .....	35
4.3.1 Uji Validitas .....	35
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	36
4.4 Tabulasi Score Pengisian Kuesioner.....	37
4.4.1 Tabulasi Score Pengisian Kuesioner Variabel Promosi Online (X1) Shopee.....	37
4.4.2 Tabulasi Score Pengisian Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan Shopee (X2).....	41
4.4.3 Tabulasi Score Pengisian Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian Shopee (Y).....	44
4.4.4 Tabulasi Score Pengisian Kuesioner Variabel Promosi Online (X1).....	47
4.4.5 Tabulasi Score Pengisian Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan Lazada (X2).....	50
4.4.6 Tabulasi Score Pengisian Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian Lazada (Y).....	53
4.5 Tabulasi Jawaban Singkat Responden .....	55
4.5.1 Tabulasi Sikap Responden Tentang Variabel Promosi Online Shopee (X1).....	56
4.5.2 Tabulasi Sikap Responden Tentang Variabel Promosi Online Lazada (X1).....	57
4.5.3 Tabulasi Sikap Responden Tentang Variabel Kualitas Pelayanan Shopee (X2).....	58
4.5.4 Tabulasi Sikap Responden Tentang Variabel Kualitas Pelayanan Lazada (X2).....	59
4.5.5 Tabulasi Sikap Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian Shopee (Y).....	60
4.5.6 Tabulasi Sikap Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian Lazada (Y).....	61
4.6 Analisis Data.....	62
4.6.1 Uji Independent Sample T test.....	62
4.6.2 Uji Kesamaan Varian .....	65
4.6.3 Uji Beda .....	65
4.7 Pembahasan.....	67
4.7.1 Analisis Komparasi Promosi Online terhadap Keputusan Pembelian Shopee dan Lazada.....	67
4.7.2 Analisis Komparasi Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Shopee dan Lazada.....	68
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>71</b>
5.1 Kesimpulan .....	71
5.2 Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>77</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka berpikir.....	18
Gambar 4.1 Logo Shopee .....	29
Gambar 4.2 Logo Lazada.....	30
Gambar 4.3 Kurva Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Promosi Online (X1).....	66
Gambar 4.4 Kurva Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Kualitas Pelayanan (X2).....	66
Gambar 4.5 Kurva Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Keputusan Pembelian (Y).....	67



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Award Kategori Retail Situs Jual Beli Online (2019-2021) ....	2
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	5
Tabel 2.2 Tabel Definisi Konsep dan Operasional.....	19
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert.....	22
Tabel 4.1 Tabel Perbedaan Shopee dan Lazada .....	31
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	32
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	33
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	33
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	34
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Shopee .....	35
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Lazada .....	36
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Shopee .....	36
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Lazada .....	37
Tabel 4.11 Interval Rata-Rata Skor.....	37
Tabel 4.12 Tabulasi Promosi Online Shopee (X1).....	38
Tabel 4.13 Tabulasi Kualitas Pelayanan Shopee (X2) .....	41
Tabel 4.14. Tabulasi Keputusan Pembelian Shopee (Y).....	44
Tabel 4.15 Tabulasi Promosi Online Lazada (X1).....	47
Tabel 4.16 Tabulasi Kualitas Pelayanan Lazada (X2) .....	50
Tabel 4.17. Tabulasi Keputusan Pembelian Lazada (Y) .....	53
Tabel 4.18 Tabulasi Sikap Responden dan Nilai Mean atas Variabel Promosi Online Shopee (X1) .....	56
Tabel 4.19 Tabulasi Sikap Responden dan Nilai Mean atas Variabel Promosi Online Lazada (X1).....	57
Tabel 4.20 Tabulasi Sikap Responden dan Nilai Mean atas Variabel Kualitas Pelayanan Shopee (X2)).....	58
Tabel 4.21 Tabulasi Sikap Responden dan Nilai Mean atas Variabel Kualitas Pelayanan Lazada (X2) .....	59
Tabel 4.22 Tabulasi Sikap Responden dan Nilai Mean atas Variabel Keputusan Pembelian Shopee (Y).....	60
Tabel 4.23 Tabulasi Sikap Responden dan Nilai Mean atas Variabel Keputusan Pembelian Lazada (Y).....	61
Tabel 4.24 Hasil Uji Group Statistic .....	62
Tabel 4.25 Hasil Uji Independent Sample T Test .....	63
Tabel 4.26 Perbedaan Promosi Online dan Kualitas Pelayanan Shopee dan Lazada	64

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner .....	77
Lampiran 2 Lembar Revisi Penguji 1 .....	84
Lampiran 3 Lembar Revisi Penguji 3 .....	87

## **ABSTRACT**

### **COMPARISON ANALYSIS OF ONLINE PROMOTION AND QUALITY OF SERVICE TO PURCHASE DECISIONS**

**(CASE STUDY OF ONLINE SHOPEE AND LAZADA SHOPPING APPLICATIONS IN  
SURABAYA)**

**Amelia Zulita Purnama Sari**

**Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**Email : [ameliapurnama28@gmail.com](mailto:ameliapurnama28@gmail.com)**

In this era, there are many online shopping applications that can make it easier to shop for various products. Especially with the condition of the Covid-19 pandemic where we seem to be faced with a situation where there is no other choice for us (the public) to choose online shopping instead of coming directly to markets or shops that have a greater risk of being exposed to Covid-19. This study aims to determine the difference between Online Promotion and Service Quality on Purchase Decisions on Shopee and Lazada online shopping applications. This study uses quantitative methods with survey research using questionnaires with a sample of 100 respondents who have shopped at Shopee and Lazada at least 2 times in the Surabaya area which is distributed through the Whatsapp application with the help of friends and relatives who are in Surabaya. The sampling method used in this research is purposive sampling using non-random sampling technique. For processing the questionnaire data that has been distributed using the SPSS 24 application. The results of this study indicate that there is a difference between Online Promotion and Service Quality on Purchase Decisions for Shopee and Lazada online shopping applications in Surabaya. And both of these variables have an effect on the Purchase Decision of Shopee and Lazada. Therefore, it is hoped that in the future, online promotions will be further improved in the form of cashback and free shipping and service quality in the form of providing real pict photos.

**Keywords :** Online Promotion, Service Quality, Purchase Decision

## ABSTRAK

### ANALISIS KOMPARASI PROMOSI ONLINE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(STUDI KASUS APLIKASI BELANJA ONLINE SHOPEE DAN LAZADA DI SURABAYA)

Amelia Zulita Purnama Sari

Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : [ameliapurnama28@gmail.com](mailto:ameliapurnama28@gmail.com)

Pada era ini banyak bermunculan aplikasi belanja online yang dapat mempermudah dalam hal berbelanja berbagai macam produk. Terlebih dengan kondisi pandemi *Covid-19* dimana kita sepertinya dihadapkan pada situasi yang dimana tidak ada pilihan lain bagi kita (masyarakat) untuk memilih belanja secara *online* daripada datang langsung ke pasar atau toko yang memiliki resiko lebih besar terpapar *Covid-19*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Perbedaan Promosi *Online* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada aplikasi belanja *online* Shopee dan Lazada. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penelitian survey menggunakan kuisioner dengan sampel berjumlah 100 orang responden yang pernah berbelanja di Shopee dan Lazada minimal 2 kali pembelian di wilayah Suarabaya yang di sebar melalui aplikasi Whatsapp dengan bantuan teman dan saudara yang berada di Surabaya. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive sampling dengan menggunakan teknik non random sampling. Untuk pengolahan data kuisioner yang sudah disebar menggunakan aplikasi SPSS 24. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada perbedaan antara Promosi *Online* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian aplikasi belanja *online* Shopee dan Lazada di Surabaya. Dan kedua variabel tersebut sama-sama berpengaruh pada Keputusan Pembelian Shopee dan Lazada oleh karena itu diharap kedepannya lebih ditingkatkan Promosi *Online* berupa cashback dan gratis ongkir dan Kualitas Pelayanan berupa memberikan foto *realpict*.

**Kata kunci :** Promosi Online, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian



