

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *MARKETPLACE*  
TOKOPEDIA PADA MAHASISWA  
UNDIKSHA SINGARAJA**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
dalam Menyelesaikan Program Sarjana Ekonomi**



**OLEH  
I DEWA GEDE GALI WIDYA ADNYANA  
NIM 1817041189**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
SINGARAJA**


**2022**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN  
MEMENUHI SYARAT - SYARAT UNTUK MENCAPAI  
GELAR SARJANA EKONOMI**

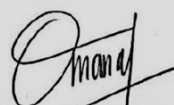
**Menyetujui,**

**Pembimbing I,**



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M  
NIP. 198207292010122003

**Pembimbing II,**



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si.  
NIP. 198502202010121007

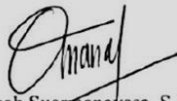
Skripsi oleh I Dewa Gede Gali Widya Adnyana  
telah dipertahankan di depan dewan penguji  
pada tanggal 20 Mei 2022

Dewan Penguji,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.  
NIP. 198207292010122003

(Ketua)



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si.  
NIP. 198502202010121007

(Anggota)



Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si  
NIP. 197611102014042001

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada :

Hari : Jumat  
Tanggal : 20 Mei 2022

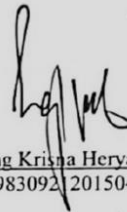
**Mengetahui,**

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.  
NIP. 196810291993032001

Sekretaris Ujian,



Komang Krishna Heryanda, S.E., M.M.  
NIP. 198309212015041001



Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA  
NIP. 197906162002121003

**PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Tokopedia Pada Mahasiswa Undiksha Singaraja” beserta seluruh isinya adalah karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Denpasar, 20 Mei 2022

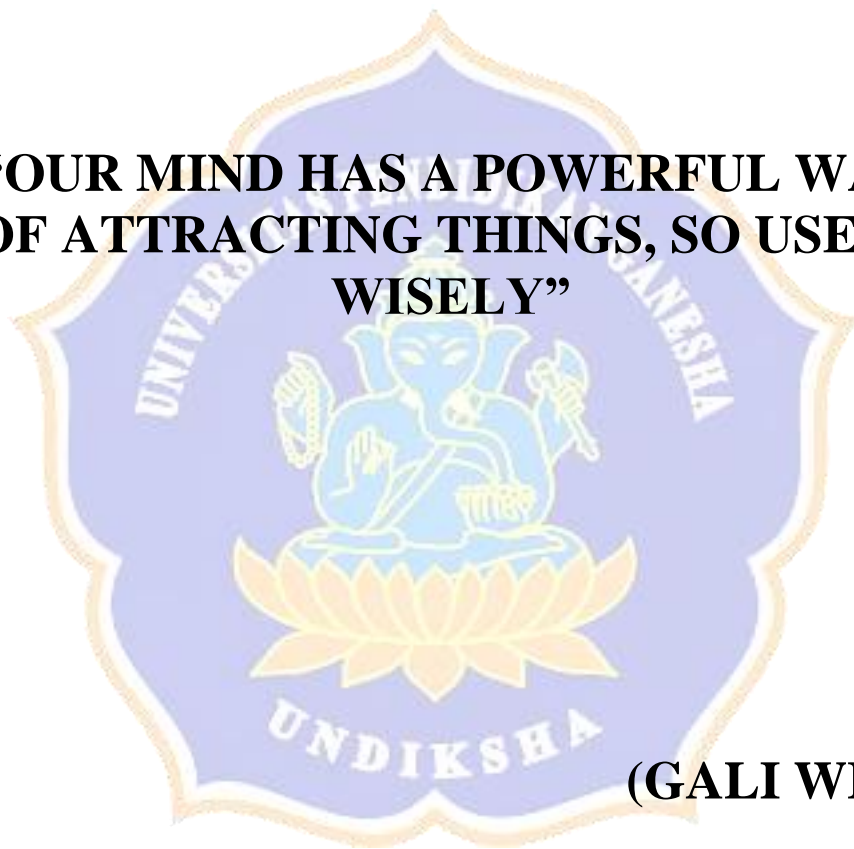
Yang Membuat Pernyataan



I Gd Gali Widya Adnyana  
NIM. 1817041189

## **MOTTO**

**“OUR MIND HAS A POWERFUL WAY  
OF ATTRACTING THINGS, SO USE IT  
WISELY”**



**(GALI WIDYA)**

## KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan dihadapan Tuhan Yang Maha Esa, Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena atas rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan sebuah karya tulis berupa skripsi ini dengan tepat waktu.

Kepada Ibu Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M, selaku Pembimbing 1 dan Bapak Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E.,M.Si., selaku Pembimbing 2 yang sangat baik hati dan penuh kesabaran dalam memberikan bimbingan, pengarahan, saran, masukan dan motivasi yang sangat bermanfaat dalam penyelesaian skripsi.

Kepada orang tua tercinta I Dewa Made Supartha (Alm) dan Dewa Ayu Surimianti yang selalu mendengarkan keluh kesah, selalu mendoakan serta memberikan motivasi dan kasih sayang untuk kesuksesan dan kebahagiaan saya.

Kepada saudara saya I Dewa Made Narada Widya Guna serta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Kepada seluruh sahabat dan teman-teman yang senantiasa berjuang bersama tanpa kenal lelah dan menyerah, terima kasih atas masukan dan saran serta semangat yang kalian berikan, sampai akhirnya kita bisa sama-sama menyelesaikan skripsi ini sesuai target.

-Terima Kasih-

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa/Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena atas berkat rahmat dan Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Tokopedia pada Mahasiswa Undiksha Singaraja”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan rasa hormat, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- (1) Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
- (2) Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
- (3) Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha sekaligus pembimbing 2 yang telah memberikan arahan, petunjuk dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
- (4) Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M, selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen.
- (5) Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M, selaku pembimbing I yang dengan segala ketulusan dan kesabaran telah membimbing dan mengarahkan sampai terselesainya skripsi ini.
- (6) Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, SE., M.Si, selaku penguji pada siding skripsi
- (7) Pembimbing Akademik Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu memberikan saran dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
- (8) Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah bersedia membantu dalam memberikan informasi dan petunjuk selama perkuliahan.



- (9) Kedua orang tua (I Dewa Made Supartha dan Dewa Ayu Surimianti), adik (Dewa Made Narada Widya Guna) dan keluarga, yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- (10) Teman – teman, sahabat, dan Ita, lalu teman – teman Jurusan Manajemen angkatan 2018.
- (11) Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Menyadari atas segala keterbatasan kemampuan penulis, bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua.



Denpasar, 20 Mei 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	9
1.3 Batasan Masalah Penelitian.....	10
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	10
1.5 Tujuan Penelitian Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
2.1 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	12
2.1.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	13
2.2 Kualitas Produk.....	14
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.2.2 Indikator Kualitas Produk.....	15
2.3 Iklan.....	15
2.3.1 Pengertian Iklan.....	15
2.3.2 Indikator Iklan.....	17
2.4 Kajian Hasi Penelitian Yang Relevan.....	17
2.5 Hubungan Antar Variabel.....	20

2.5.1 Hubungan Kualitas Produk dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian	20
2.5.2 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	20
2.5.3 Hubungan Iklan terhadap Keputusan Pembelian .....	21
2.6 Kerangka Berpikir .....	21
2.7 Hipotesis Penelitian .....	22

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian .....	24
3.2 Subjek Penelitian dan Objek Penelitian .....	25
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	25
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	27
3.5 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data .....	28
3.5.1 Metode Pengumpulan Data .....	28
3.5.2 Instrumen Pengumpulan Data .....	28
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data .....	33
3.6.1 Uji Asumsi Klasik .....	33
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	35
3.6.3 Pengujian Hipotesis .....	36

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data .....	39
4.2 Pengujian Asumsi .....	40
4.2.1 Uji Asumsi Klasik .....	40
4.2.2 Analisis Regresi linier Berganda .....	45
4.2.3 Koefisien Determinasi $R^2$ .....	47
4.3 Pengujian Hipotesis .....	48
4.3.1 Hubungan Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .	48
4.3.2 Hubungan Iklan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	48

4.3.3 Hubungan Kualitas Produk (X1) dan Iklan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	49
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	49
4.4.1 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Marketplace</i> Tokopedia .....	49
4.4.2 Hubungan Iklan terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Marketplace</i> Tokopedia .....	51
4.4.3 Hubungan Kualitas Produk dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Marketplace</i> Tokopedia .....	52
4.4.4 Keterbatasan Penelitian .....	53
4.5 Implikasi .....	54
BAB V PENUTUP .....	
5.1 Rangkuman .....	55
5.2 Simpulan .....	57
5.3 Saran .....	57
DAFTAR RUJUKAN .....	59
LAMPIRAN .....	62



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Kajian Hasi Penelitian yang Relevan.....	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	27
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil.....	30
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Sampel Besar .....	31
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil .....	32
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar.....	33
Tabel 4.1 Deskripsi Data Responden .....	39
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan One Sampel Kolmogorov Smirnov.....	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolonieritas .....	43
Tabel 4.4 Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Glejser .....	45
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	46



## DAFTAR GAMBAR

Gambar  
Halaman

Gambar 1.1 Grafik <i>Top Brand Index Kategori E-Commerce</i> di Indonesia .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	22
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Grafik Histogram P-plot .....	41
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Heterokedasitas menggunakan <i>Scatterplot</i> .....	44
Gambar 4.3 Struktur Hubungan Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian di <i>Marketplace</i> Tokopedia pada Mahasiswa Undiksha Singaraja.....	46



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	
Halaman	
Lampiran 01 Perbandingan Pengunjung <i>Marketplace</i> di Indonesia Pada Kuartal 2-2021 .....	63
Lampiran 02 Kuisisioner Penelitian .....	64
Lampiran 03 Tabulasi Data Sampel Kecil Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Iklan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	68
Lampiran 04 Perhitungan Penentuan Jumlah Sampel .....	70
Lampiran 05 Hasil Data Ordinal Pernyataan Responden Sampel Kecil .....	72
Lampiran 06 Hasil Data Ordinal Pernyataan Responden Sampel Besar .....	74
Lampiran 07 Hasil Output Perhitungan Spss For Windows Versi 20.0 Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Iklan ( $X_2$ ), Dan Keputusan Pembelian (Y) .....	78
Lampiran 08 Hasil Output Perhitungan Spss For Windows Versi 20.0 Uji Asumsi Klasik .....	83
Lampiran 09 Hasil Output Perhitungan Spss For Windows Versi 20.0 Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	86