

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN
SHOPEEFOOD TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

SKRIPSI

Oleh :

NAHJA ALBI

NPM: 2102020013



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS QUALITY**

MEDAN

2026

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN
SHOPEEFOOD TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
Pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Quality

Oleh :

**UNIVERSITAS
NAHJA ALBI**

NPM : 2102020013



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS QUALITY**

MEDAN

2026

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama :Nahja Albi

NPM 2102020013

Program Studi :Manajemen

Fakultas :Sosial Hukum Universitas Quality

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan Judul —**Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan ShopeeFood Terhadap Keputusan Pembelian** merupakan asli hasil karya peneliti, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan peneliti juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh peneliti lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Jika skripsi ini terbukti merupakan duplikasi ataupun plagiasi dari hasil karya tulis lain dan atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka peneliti bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan skripsi dan pencabutan gelar yang peneliti peroleh sebagai hasil ujian akhir studi atas skripsi ini.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat sebagai pertanggung jawaban ilmiah tanpa adanya unsur paksaan maupun tekanan dari pihak manapun juga.

Medan, April 2026

Yang Menyatakan,



Nahja Albi
NPM:2102020013

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian ShopeeFood
Nama : NAHJA ALBI
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : SOSIAL DAN HUKUM

Medan, 14 April 2026

Menyetujui
Tim Pembimbing

Pembimbing Utama



Vina Maria Ompusunggu S.Sos., MSP
NIP.0107038901

Pembimbing Pendamping



MariaKristinaSitumorang SE.,M.Si
NIP.0107018804

Ketua Program Studi
Universitas Quality



Rikawati Ginting Munthe SE.,M.Si
NIP.0114028003

Dekan Soshum
UniversitasQuality



VinaMariaOmpusunggu S.Sos., MSP
NIP.0107038901

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berjudul " **Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Shopeefood Terhadap Keputusan Pembelian** " tepat pada waktunya. Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat-syarat guna menyelesaikan pendidikan sarjana (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Sosial dan Hukum Universitas Quality.

Keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari berbagai bantuan, dukungan, dan bimbingan dari banyak pihak. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Dr. Dedi Holden Simbolon, S.Si., M.Pd Selaku Rektor Universitas Quality.
2. Ibu Rita Herlina Br Perangin-angin, S.Pd M.Pd Selaku Wakil Rektor Universitas Quality.
3. Ibu Vina Maria Ompusunggu, S.Sos., MSP Selaku Dekan Fakultas Sosial dan Hukum Universitas Quality. Sekaligus Dosen Pembimbing Utama yang telah menyediakan waktu dan tenaga untuk memberi bimbingan, pengarahan, perhatian serta masukan yang sangat berguna kepada penulis selama penulisan proposal skripsi ini.
4. Ibu Rikawati Ginting Munthe, S.E., M.Si Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Sosial dan Hukum Universitas Quality.
5. Ibu Maria Kristina Situmorang, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing pendamping yang telah menyediakan waktu dan tenaga serta bimbingan, perhatian dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini sehingga tersusun dengan baik dan benar.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Sosial dan Hukum Universitas Quality telah membekali penulis dengan berbagai ilmu selama mengikuti perkuliahan.
7. Teristimewa penulis sampaikan terimakasih kepada kedua orang tua penulis yaitu Bapak M.Chairy dan Maimunah yang telah menjadi orang tua yang luar biasa hebat dalam mendidik dan membesarkan penulis, yang memberi

8. dukungan, semangat penuh penulis, yang tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang, do'a dan motivasi dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada penulis. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis.
9. Teruntuk nenek saya, (Chairiah), yang kini telah berpulang. Meski tak lagi di sisi, semangat dan nasihat bijak beliau selalu menjadi lentera yang menerangi setiap langkah saya. Skripsi ini adalah wujud nyata dari salah satu impiannya, dan saya persembahkan dengan seluruh cinta dan kerinduan..
10. Saudara penulis Zaiha Yasfi terimakasih telah menjadi saudara yang hebat dan tempat berbagi cerita.
11. Teman seperjuangan skripsi Laila Rizkika Sari, Muhammad Umar yang saling memberi semangat dan motivasi serta membantu dalam mencari solusi penyusunan skripsi.
12. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang ikut serta dalam membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini, terimakasih atas dukungan dan motivasinya.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan pada penulisan skripsi ini yang harus diperbaiki, Oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih.

Medan, Januari 2026

Penulis

Nahja Albi

Npm:2102020013

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
12.1 Latar Belakang Masalah	1
12.2 Identifikasi Masalah.....	11
12.3 Batasan Masalah	11
12.4 Rumusan Masalah.....	12
12.5 Tujuan Penelitian	12
12.6 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Promosi	14
2.1.1 Pengertian Pemasaran	14
2.1.2 Strategi Pemasaran	14
2.1.3 Pengertian Promosi	15
2.1.4 Tujuan Promosi	16
2.1.5 Bauran Promosi	17
2.1.6 Indikator Promosi.....	19
2.2 Pengertian Kualitas Layanan.....	20
2.2.1 Prinsip Prinsip Kualitas Layanan	21
2.2.3 Indikator Kualitas Layanan	24
2.3 Keputusan Pembelian.....	25
2.3.1 Proses Pengambilan Keputusan	26
2.3.2 Jenis Jenis Keputusan Pembelian	27
2.3.3 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan.....	29
2.3.4 Indikator Keputusan Pembelian	30
2.4 Penelitian Terdahulu	31
2.5 Kerangka Berpikir	35

	vi
2.6 Definisi Operasional.....	35
2.7 Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Tempat dan Waktu.....	39
3.1.1 Tempat.....	39
3.1.2 Waktu.....	39
3.2 Populasi dan Sampel.....	40
3.2.1 Populasi.....	40
3.2.2 Sampel.....	40
3.3 Jenis Penelitian.....	41
3.4 Instrumen Penelitian.....	41
3.4.1 Kuesioner.....	42
3.4.2 Observasi.....	42
3.4.3 Wawancara.....	42
3.5 Analisis Data.....	43
3.5.1 Uji Validitas.....	43
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	43
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.6.1 Uji Normalitas.....	45
3.6.2 Uji Heteroskedastisitas.....	45
3.6.3 Uji Multikolinieritas.....	46
3.7 Uji Hipotesis.....	46
3.7.1 Uji Parsial (Uji t).....	46
3.7.2 Uji Signifikansi (Uji Statistik F).....	46
3.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	47
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1.1 Sejarah ShopeeFood.....	49
4.1.2 Karakteristik Responden.....	50
4.1.3 Analisis Deskriptif Variabel.....	52
4.1.4 Hasil Analisis Data.....	69
4.2 Uji Asumsi Klasik.....	73
4.2.1 Uji Normalitas.....	73
4.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	75
4.2.3 Uji Multikolinearitas.....	76
4.3 Uji Hipotesis.....	77
4.3.1 Uji Parsial (Uji t).....	77
4.3.2 Uji Signifikan (Uji Statistik F).....	79
4.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	80

	vii
4.4 Analisis Regresi Berganda.....	81
4.5 Pembahasan	83
4.5.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	83
4.5.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	84
4.5.3 Pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	89

