

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* LAZADA DI DESA  
LUBUK NAMBULAN KECAMATAN KIKIM TIMUR  
KABUPATEN LAHAT**

**SKRIPSI**



**Nama : Novika Afiana**

**Nim : 212022118**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PRODI MANAJEMEN  
2026**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* LAZADA DI DESA**  
**LUBUK NAMBULAN KECAMATAN KIKIM TIMUR**  
**KABUPATEN LAHAT**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan**  
**Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Nama : Novika Afiana**  
**Nim : 212022118**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**PRODI MANAJEMEN**  
**2026**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Novika Afiana

NIM : 212022118

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada *E-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata I baik oleh mahasiswi Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Maret 2026



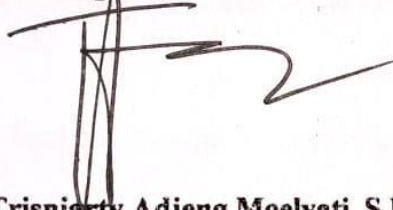
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang**

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat  
Nama : Novika Afiana  
Nim : 212022118  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan Disahkan  
Pada tanggal, April 2026

**Pembimbing I**



**Dr. Trisniarty Adjeng Moelyati, S.E., M.M**  
NIDN : 0019026101

**Pembimbing II**

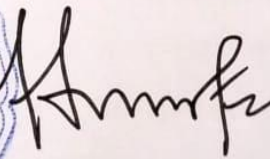


**Fitantina, S.E., M.Si**  
NIDN : 0028026301

**Mengetahui**

**Dekan**

**U.b Ketua Program Studi Manajemen**



**Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si.CHRO**  
NIDN: 0229057501

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

“ Allah memang tidak menjanjikan hidupmu akan selalu mudah, tapi dua kali Allah berjanji bahwa FA INNA MA’AL USRI YUSRO”

( QS. Al- Insyirah 94-5-6)

"Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu "(Umar Bin Khattab)

” Orang lain ga akan bisa paham *struggle* dan masa sulit nya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini , tetap berjuang ya!!"

Terucap syukur pada MU ya Allah

Kupersembahkan Untuk :

- ❖ Kedua orang tuaku tercinta  
Bapak Sangkut Hartawan dan Ibu Nur Afiana.
- ❖ Keluarga besarku
- ❖ Dosen pembimbing Ibu Dr.Trisniarty Adjeng M, S.E., M.M dan Ibu Fitantina, S.E., M.Si.
- ❖ diri sendiri
- ❖ Sahabat-sahabatku Almamater

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## ○PRAKATA

### *Assalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh*

Alhamdulillahirabbil'aalamiin, segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah subhanahu wa ta'ala atas berkat Rahmat, Hidayah serta Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat". Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurah kepada suri tauladan kita Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Tiada lembar yang paling inti dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, laporan skripsi saya ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orangtua, sahabat, serta teman teman yang selalu memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini. Terlambat lulus atau lulus tidak tepat waktu bukanlah sebuah kejahatan, bukan pula sebuah aib. Alangkah kerdilnya jika mengukur kecerdasan seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi yang selesai? Karena mungkin ada suatu hal dibalik itu semua, dan percayalah alasan saya disini merupakan alasan yang sepenuhnya baik.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.

2. Bapak Dr. Yudha Mahrom DS, S.E, M.Si. dan selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si., CHRO. dan Bapak Dr. Mister Candra, S.Pd. M.Si. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Ummi Kalsum, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Dr. Trisniarty Adjeng Moelyati, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Fitantina, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II selaku pembimbing skripsi yang telah membimbing selama proses pengerjaan skripsi
6. Seluruh dosen fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajarkan ilmunya dan memberikan nasehat nasehat kepada penulis selama belajar di Universitas Muhammadiyah Palembang beserta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kelancaran administrasi
7. Untuk Super hero dan panutanku ayahanda Sangkut Hartawan dan pintu surgaku, ibunda Nur Afiana Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga ku persembahkan karya kecil ini kepada Bapak dan Mamak yang telah memberikan kasih sayang dan segala dukungan, dan cinta kasih sayang yang tiada terhingga yang hanya dapat ku balas dengan selembar kertas ini yang bertuliskan kata cinta persembahan. Untuk kedua orang tua ku yang tersayang terimakasih banyak selama ini banyak memberikan banyak motivasi, selalu mendoakanku, selalu memberikan kasih sayang dan menasehatiku untuk menjadi yang lebih baik lagi.

8. Kepada Adik-adikku Tersayang. Jingga dan Falen Terimakasih telah menjadi sumber semangat dan motivasi dalam setiap langkah perjuanganku. Meski sering menjadi “musuh terbesarku” dalam hal kecil sehari-hari, namun di balik itu semua, kaulah alasan terbesarku untuk terus berjuang dan menyelesaikan skripsi ini. Aku ingin menjadi kakak yang mampu menjaga dan mendidikmu, sebagaimana tanggung jawab dan kasih sayangku pada kalian. Terimakasih atas dukungan dan semangat kalian yang selalu hadir, bahkan cara sederhana sekalipun. Kehadiran kalian membuat perjalanan ini lebih bermakna, lebih hangat dan lebih berwarna

9. Kepada teman-teman seperjuanganku khususnya, Dea Lestari yang selalu menemani di setiap langkah, memberikan semangat dan memberikan bantuan kepada penulis agar bisa menyelesaikan skripsi ini dan selalu menjadi tempat suka duka bagi penulis selama masa perkuliahan.

10. Kepada diri saya sendiri Novika Afiana . Terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri di titik ini, walau sering kali merasakan putus asa dan menyalahkan diri sendiri namun terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mencoba dan berusaha sebaik baiknya. mampu mengalihkan diri dari berbagai tekanan Keadaan, Terimakasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi, merupakan pencapaian yang patut diapresiasi untuk diri kita sendiri . Berbahagia selalu atas pencapaian ini dan pencapaian selanjutnya.

Besar harapan penulis untuk terus mempelajari dan memperbaiki kekurangan-kekurangan karena Skripsi ini masih jauh dari harapan kita semua.

Semoga ini dapat bermanfaat bagi penulis Khusus nya khalayak ramai pada umumnya. Akhir kata penulis mengucapkan terimah kasih yang sebesar-besarnya semoga Allah ubahahu wa ta'ala membalas kebaikan selama penulisan skripsi ini. Semoga skripsi bermanfaat Aamiin ya abbal 'alamin

**Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakataatuh.**

Palembang, Maret 2026  
Penulis,

Novika Afiana  
NIM : 212022118

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PRAKATA .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
A. Kajian Pustaka .....	14
1. Landasan Teori.....	14
2. Penelitian Sebelumnya .....	20
B. Kerangka Pemikiran.....	35
C. Hipotesis .....	30

<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Lokasi Penelitian.....	32
C. Operasionalisasi Variabel .....	32
D. Populasi dan Sampel .....	33
E. Data yang Diperlukan .....	35
F. Metode Pengumpulan Data.....	35
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
A. Hasil Penelitian .....	45
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	67
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan .....	77
B. Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	
<b>LAMPIRAN.....</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel I. 1	Pra Riset faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian pada <i>e-commerce</i> lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat .....	6
Tabel I. 2	Pra Riset Variabel Kualiatas Produk pada <i>e-commerce</i> Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat .....	7
Tabel I. 3	Pra Riset Variabel Harga pada <i>e-commerce</i> Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat.....	8
Tabel I. 4	Pra Riset Variabel Promosi pada <i>e-commerce</i> Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat.....	9
Tabel III. 1	Operasioanal Variabel.....	32
Tabel IV.1	Hasil Uji Validitas .....	48
Tabel IV.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel IV.3	Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian ... ..	53
Tabel IV.4	Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk .....	55
Tabel IV.5	Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga.....	58
Tabel IV.6	Distribusi Jawaban Responden Variabel Promosi .....	60
Tabel IV.7	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel IV.8	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan.....	64
Tabel IV.9	Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial .....	65
Tabel IV.10	Hasil Koefisien Determinasi .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Top Brand Indeks <i>E-commerce</i> .....	4
Gambar II. 1 Kerangka Pemikiran .....	29
Gambar IV.1 Karakteristik Responden Frekuensi Belanja .....	50
Gambar IV.2 Karakteristik Responden Jenis Kelamin .....	50
Gambar IV.3 Karakteristik Responden Usia.....	51
Gambar IV.4 Karakteristik Responden Pekerjaan .....	52

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 : Kuesioener
- Lampiran 3 : Tabulasi
- Lampiran 4 : Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji F, Uji t, dan Uji R, Koefisien Determinasi
- Lampiran 7 : Tabel R
- Lampiran 8 : Tabel F
- Lampiran 9 : Tabel t
- Lampiran 10 : Surat keterangan telah melakukan riset
- Lampiran 11 : Hasil Plagiat Turnitin
- Lampiran 12 : Kartu Aktivitas Bimbingan
- Lampiran 13 : Bukti pelunasan BPP
- Lampiran 14 : Sertifikat SPSS
- Lampiran 15 : Sertifikat AIK
- Lampiran 16 : Sertifikat Komputer
- Lampiran 17 : Sertifikat SKPI
- Lampiran 18 : Biodata Penulis

## ABSTRAK

### **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat.**

**Afiana,N<sup>1</sup>, Moelyati,T.A<sup>2</sup>, Fitantina<sup>3</sup>**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat Penelitian ini menggunakan 100 sampel, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan cara *Purposive sampling*. Jenis penelitian yang digunakan asosiatif, data yang digunakan merupakan data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji f, uji t dan koefisien determinasi. hasil analisis regresi linier berganda  $Y = 0,412 + 0,262X_1 + 0,279X_2 + 0,348X_3$  menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga, dan Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Hasil analisis uji F yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat dibuktikan dengan  $F_{hitung} 38,793 > F_{tabel} 2,14$ , dengan signifikan  $F 0,000 < 0,1$ , Hasil uji Hipotesis t secara parsial menunjukkan ada pengaruh signifikan Kualitas Produk dibuktikan dengan  $t_{hitung} 3,144 > t_{tabel} 1,660$ , dengan signifikan  $0,002 < 0,1$ , ada pengaruh signifikan Harga dibuktikan dengan  $t_{hitung} 3,140 > t_{tabel} 1,660$ , dengan signifikan  $0,002 < 0,1$  dan ada pengaruh signifikan Promosi dibuktikan dengan  $t_{hitung} 3,798 > t_{tabel} 1,660$ , dengan signifikan  $0,000 < 0,1$ . Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga, dan Promosi mampu berkontribusi terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat. 53,4%.

**Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, dan Promosi dan Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

### ***The Effect of Product Quality, Price, and Promotion on Purchase Decisions on Lazada E-commerce in Lubuk Nambulan Village, Kikim Timur Subdistrict, Lahat Regency.***

**Afiana,N<sup>1</sup>, Moelyati,T.A<sup>2</sup>, Fitantina<sup>3</sup>**

*This study aims to determine the Influence of Product Quality, Price, and Promotion on Purchase Decisions on Lazada E-commerce in Lubuk Nambulan Village, Kikim Timur District, Lahat Regency. This study used 100 samples, and the sampling technique employed a non-probability sampling method through purposive sampling. The type of research used is associative, and the data used is primary data. The data collection technique used is a questionnaire. The analysis techniques used are multiple linear regression analysis, F test, t test, and coefficient of determination. The results of the multiple linear regression analysis  $Y = 0.412 + 0.262X_1 + 0.279X_2 + 0.348X_3$  indicate that Product Quality, Price, and Promotion have a positive effect on Purchase Decisions. The results of the F test analysis show that there is a significant influence of Product Quality, Price, and Promotion on Purchase Decisions on Lazada E-commerce in Lubuk Nambulan Village, Kikim Timur District, Lahat Regency All is proven with Fcount 38.793 > Ftable 2.14, with F significance 0.000 < 0.1. The results of the partial t hypothesis test show that there is a significant effect of Product Quality proven by tcount 3.144 > ttable 1.660, with significance 0.002 < 0.1, there is a significant effect of Price proven by tcount 3.140 > ttable 1.660, with significance 0.002 < 0.1, and there is a significant effect of Promotion proven by tcount 3.798 > ttable 1.660, with significance 0.000 < 0.1. The results of the coefficient of determination show that Product Quality, Price, and Promotion can contribute to Purchasing Decisions on Lazada E-commerce in Lubuk Nambulan Village, Kikim Timur Subdistrict, Lahat Regency by 53.4%.*

**Keywords: Product Quality, Price, and Promotion and Purchase Decision**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi saat ini pemasaran semakin berkembang dari waktu ke waktu, dimana setiap orang akan melakukan transaksi jual beli guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Ini adalah proses manajemen yang membantu orang atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan membuat, menawarkan dan mempertukarkan produk berharga kepada orang lain atau segala kegiatan yang berkaitan dengan penyampaian produk atau jasa dari produsen ke konsumen.

Menurut Firmansyah (2019:2), pemasaran adalah tugas organisasi yang mencakup kumpulan tindakan yang menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan serta mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan kedua organisasi dan pemangku kepentingannya.

Kajian menarik dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Menurut Nugraha, et. al (2021:4) perilaku konsumen adalah suatu perilaku atau tindakan individu maupun kelompok (konsumen) dalam membeli atau mempergunakan produk ataupun jasa yang melibatkan proses pengambilan keputusan sehingga mereka akan mendapatkan produk ataupun jasa yang diinginkan oleh seorang konsumen.

Menurut Peter dan Olson dalam Indrasari (2019:70). Keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antaranya.

Keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk juga akan diperoleh dari suatu pemasaran. Sebuah pemasaran terdapat bauran pemasaran yang akan mendistribusikan atau memadukan kegiatan pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa. Kemudian bauran pemasaran merupakan faktor untuk mempengaruhi keputusan pembelian terdiri dari empat elemen utama yang dikenal sebagai 4P: Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat/Distribusi (*Place*), dan Promosi (*Promotion*) McChary dalam Indrasari (2019:19).

Keputusan pembelian juga sering memperhatikan kualitas barang yang akan mereka beli, apakah barang tersebut memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang mempengaruhi pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Kotler dalam Indrasari (2019:55) Harga menjadi faktor penentu utama dari keputusan pembelian, karena konsumen dapat terbentuk apabila konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang memiliki kelebihan namun dengan relatif murah.

Menurut Indrasari (2019:37) Harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa dimana

kesepakatan tersebut oleh kedua belah pihak, harga menjadi ukuran bagi konsumen dimana ia mengalami kesulitan dalam menilai produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas yang baik maka tentunya harga tersebut mahal sebaliknya bila yang diinginkan konsumen dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya tidak terlalu mahal..

Faktor lainnya tidak kalah penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah promosi karena media promosi fisik, maupun promosi melalui media digital semuanya bertujuan agar masyarakat dapat menerima informasi suatu produk dengan mudah.

Menurut Firmansyah (2019:307) Promosi adalah mengkomunikasikan informasi tentang produk mereka dan mempengaruhi konsumen untuk membelinya dan promosi sebagai upaya memperkenalkan produk dan jasa agar lebih bisa dikenal dan diterima publik. Promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk.

Kini di era sekarang banyak orang menggunakan pemasaran digital yang mampu membuat informasi produk dapat diakses dimanapun dan kapanpun. Teknologi yang terus berkembang dari waktu ke waktu berdampak pada kebiasaan. Seperti Belanja melalui *online* adalah kegiatan bisnis atau ekonomi yang pada dasarnya menggunakan

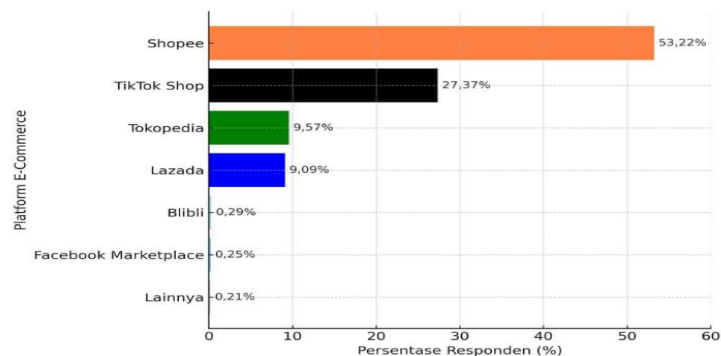
aplikasi teknologi informasi dan komunikasi untuk berbagai kegiatan transaksi dan promosi. Saat ini telah bermunculan aplikasi belanja online jenis *e-commerce* yang diminati oleh masyarakat, dan menjadi salah satu tempat penyedia produk dan transaksi jual beli *online*.

*E-commerce* merupakan sebuah tempat yang digunakan dalam jual beli secara *online* (elektronik), meliputi pada pemasaran, pembelian bahkan dalam transaksi pembayaran dapat dilakukan secara *online* atau menggunakan media elektronik. Belanja *online* memudahkan konsumen dalam berbelanja tanpa menghabiskan banyak waktu dan tenaga di toko. Pembayaran dilakukan dengan sistem transfer setelah itu barang akan dikirim. Belanja *online* juga memungkinkan penjual mendapatkan pembeli dari luar kota sampai ke luar negeri, *e-commerce* tersebut diantaranya ada Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, dan Blibli.

**Gambar I. 1 Top Brand Indeks E-commerce**

***E-commerce* Paling Sering Diakses Masyarakat Indonesia**

April-Juli 2025



Sumber: APJII

GoodStats

*Sumber : APJII*

Gambar 1.I *e-commerce* paling sering diakses masyarakat Indonesia

Berdasarkan APJII penggunaan e-commerce sebagai platform untuk berbelanja online cukup tinggi. Beberapa e-commerce yang sering digunakan adalah Shopee, Tiktok Shop, Tokopedia, Lazada, dan Blibli. Posisi pertama di tempati oleh Shopee, posisi kedua ditempati oleh Tiktok Shop, posisi ketiga ditempati oleh Tokopedia dan Lazada menempati posisi ke empat sebagai e-commerce yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia, dengan 9,09% responden memilihnya. Angka ini menunjukan domisili Lazada kurang diminati di tengah persaingan platform belanja online yang semakin ketat. Tingkat kerendahan tersebut dapat di sebabkan oleh beberapa faktor, maka dari itu peneliti melakukan prariset kepada masyarakat di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat.

Lazada sendiri merupakan situs berbelanja daring yang menawarkan berbagai macam jenis produk, mulai dari elektronik, buku, mainan anak, perlekapan bayi, ala kesehatan, traveling dan lain-lain. Lazada indonesia didirikan pada tahun 2012 dan merupakan bagian dari Lazada Group yang berpotensi di Asia Tenggara.

Konsumen online sering kali menghadapi keterbatasan untuk secara langsung memeriksa Kualitas Produk, Harga sebelum membeli, Distribusi dalam pengiriman dan Promosi yang menarik. Dalam berbelanja online penting yang diketahui adalah apa yang menjadi pertimbangan oleh pembeli untuk memutuskan melakukan pembelian. Lazada menjadi urutan ke empat pada tahun 2025.

Mengetahui permasalahan yang ada pada e-commerce Lazada peneliti melakukan survey awal terhadap 30 masyarakat Desa Lubuk nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabuapten Lahat untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, berikut pendapat mereka mengenai berbelanja di *e-commerce* lazada:

**Tabel I. 1**  
**Pra Riset faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian pada *e-commerce* lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat**

No	Pernyataan	Tanggapan	
		Setuju	Tidak Setuju
1.	<b>Kualiatas Produk</b> Saya memilih <i>e-commerce</i> lazada karena kualitas produknya baik	11	19
2.	<b>Harga</b> Saya memilih <i>e-commerce</i> lazada karena harganya lebih murah dibanding <i>e-commerce</i> lain	6	24
3.	<b>Distribusi (Tempat)</b> Saya memilih <i>e-commerce</i> lazada karena menyediakan berbagai pilihan jasa pengiriman	21	9
4.	<b>Promosi</b> Saya memelih <i>e-commerce</i> lazada setelah melihat promosi di sosial media	10	20

Sumber : Hasil Pra Penelitian, 2025

Tabel I.I menjelaskan bahwa terdapat 4 pernyataan yang mewakili faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu Kualitas Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi. Sebagian besar responden yang berbelanja di *e-commerce* Lazada lebih banyak memberikan pernyataan tidak setuju dibandingkan setuju. Dimana hal ini, konsumen rata-rata menjawab tidak setuju merupakan konsumen yang sering melakukan pembelian menggunakan *e-commerce* Lazada. Berdasarkan hasil pra riset yang dilakukan terhadap *e-commerce* Lazada

di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat dijelaskan sebagai berikut

**Tabel I. 2**  
**Pra Riset Variabel Kualitas Produk pada *e-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat**

No	Pernyataan	Tanggapan	
		Setuju	Tidak Setuju
1.	<b>Kinerja (<i>perfomence</i>)</b> Produk di <i>e-commerce</i> lazada memiliki kinerja yang baik sesuai fungsi utamanya	20	10
2.	<b>Fitur atau ciri-ciri tambahan (<i>Features</i>)</b> Produk di <i>e-commerce</i> lazada sesuai dengan informasi yang tercantum dideskripsi	9	21
3.	<b>Reabilitas/ keandalan (<i>reliability</i>)</b> Produk di <i>e-commerce</i> lazada dapat berfungsi dengan baik	18	12
4.	<b>Kesesuaian dengan Spesifikasi</b> Produk di <i>e-commerce</i> lazada sesuai dengan spesifikasi yang dicantumkan seperti warna, ukuran,bahan,dan fungsi.	14	16
5.	<b>Daya Tahan</b> Produk di <i>e-commerce</i> lazada memiliki daya tahan yang baik untuk penggunaan jangka panjang	13	17

**Sumber : Hasil Pra Penelitian, 2025**

Berdasarkan hasil pra penelitian yang terdapat pada tabel I.2, hasil menunjukan bahwa indikator Kualitas Produk yang bermasalah pada *e-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan yaitu fitur atau ciri- ciri tambahan( *features*), khususnya kesesuaian produk dengan informasi yang tercantum dalam deskripsi. Selain itu kesesuaian dengan spesifikasi dan daya taha produk .hal ini mengidentifikasi bahwa produk yang di rerima konsumen sering kali tidak sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan serta belum memiliki daya tahan yang memuaskan untuk penggunaan jangka panjang.

**Tabel I. 3**  
**Pra Riset Variabel Harga pada *e-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat**

No	Pernyataan	Tanggapan	
		Setuju	Tidak setuju
1.	<b>Keterjangkauan Harga</b> Harga yang ditawarkan pada <i>e-commerce</i> lazada sangat terjangkau	8	22
2.	<b>Kesesuaian Harga</b> Harga produk <i>e-commerce</i> lazada sudah sesuai dengan kualitas produk yang diberikan	6	24
3.	<b>Kesesuaian Harga dengan Manfaat</b> Harga produk yang ditawarkan di <i>e-commerce</i> lazada sesuai dengan manfaat produk tersebut	21	9
4.	<b>Harga Sesuai Kemampuan Daya Saing Harga</b> Hargadi <i>e-commerce</i> lazada lebih murah dibandingkan <i>e-commerce</i> lain	11	19

**Sumber : Hasil Pra Penelitian, 2025**

Berdasarkan hasil pra penelitian yang terdapat pada tabel I.3, menunjukan bahwa indikator Harga yang bermasalah pada *e-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan yaitu keterjangkauan harga responden menyatakan tidak setuju bahwa harga di ecommerce lazada sangat terjangkau. Selain itu, kesesuaian harga degan kualitas produk dengan 24 responden menyatakan tidak setuju yang mengindikasikan bahwa konsumen merasa harga yang dibayarkan belum sebanding degan kualiatas produk yang di terima. Harga sesusai kemampuan daya saing responden menyatakan tidak setuju harga di *e-commerce* lazada lebih mudah dibanding *e-commerce* lain.

**Tabel I. 4**  
**Pra Riset Variabel Promosi pada *e-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat**

No	Pernyataan	Tanggapan	
		Setuju	Tidak Setuju
1.	<b>Periklanan (<i>Advertising</i>)</b> Promosi <i>e-commerce</i> lazada pada iklan media sosial menarik minat konsumen	5	25
2.	<b>Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)</b> <i>E-commerce</i> lazada sering mengadakan promosi berupa <i>voucher</i> gratis ongkir	9	21
3.	<b>Penjualan perseorangan (<i>Personal Selling</i>)</b> Respon dari penjual di <i>e-commerce</i> membantu dalam memahami produk sebelum membeli	17	13
4.	<b>Hubungan masyarakat (<i>Publik Relations</i>)</b> Ulasan produk( <i>review</i> dan <i>rating</i> ) meningkatkan kepercayaan terhadap <i>e-commerce</i> lazada	19	11
5.	<b>Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)</b> Notifikasi promosi dari <i>e-commerce</i> lazada melalui aplikasi ,email, atau SMS memepertimbangkan melakukan pembelian	18	12

**Sumber : Hasil Pra Penelitian, 2025**

Berdasarkan hasil pra penelitian yang terdapat pada tabel I.4, hasil menunjukan bahwa indikator Promosi yang bermasalah pada *e-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan yaitu periklanan responden 25 orang menyakatakn tidak setuju bahwa iklan Lazada dimedia social mampu menarik minat konsumen. Selain itu promosi penjualan, seperti pemberian *voucher* atau diskon, responden lebih banyak menyatakan tidak setuju di bandingkan setuju.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Priandewi, et.al (2022). dengan judul ‘Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk di *e-commerce* Lazada.’” menunjukkan bahwa keragaman produk dan promosi penjualan

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang konsumen di *platform* Lazada. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa konsumen cenderung melakukan pembelian ulang jika mereka merasa puas dengan kelengkapan produk yang ditawarkan serta promosi yang diberikan oleh platform e-commerce. Temuan ini memperkuat pentingnya faktor kualitas produk dan promosi dalam mempengaruhi perilaku konsumen di era digital saat ini.

Penelitian tersebut lebih menekankan pada pengaruh keragaman produk dan promosi terhadap minat beli ulang, sementara faktor harga dan keputusan pembelian secara umum belum banyak dikaji secara mendalam. Dalam praktiknya, keputusan pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh keragaman produk dan promosi, tetapi juga oleh faktor harga dan kualitas produk secara keseluruhan. Penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce Lazada menjadi sangat relevan untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen di era digital, khususnya dalam konteks e-commerce di Indonesia.

Kondisi ideal yang diharapkan adalah terciptanya ekosistem e-commerce yang sehat, dimana konsumen dapat dengan mudah menemukan produk berkualitas dengan harga yang wajar serta mendapatkan informasi promosi yang jelas dan transparan. Kondisi ideal tersebut, konsumen akan merasa puas dan loyal terhadap platform

e-commerce, sehingga mendorong pertumbuhan industri e-commerce secara berkelanjutan. Kondisi faktual yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa masih terdapat berbagai permasalahan yang dihadapi konsumen dalam melakukan pembelian di platform e-commerce. Beberapa permasalahan yang sering dihadapi antara lain adalah ketidaksesuaian antara deskripsi produk dengan produk yang diterima, harga yang tidak konsisten, serta promosi yang beredar atau tidak sesuai dengan kenyataan. Permasalahan-permasalahan tersebut dapat menurunkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap platform e-commerce dan berdampak negatif terhadap keputusan pembelian.

Selain itu, persaingan yang semakin ketat di industri e-commerce menuntut setiap pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk, menawarkan harga yang kompetitif, serta melakukan promosi yang efektif. Pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menjadi sangat penting bagi pelaku usaha *e-commerce*. Memahami faktor-faktor tersebut, pelaku usaha dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan mempertahankan loyalitas konsumen.

Dilihat dari fenomena pra- riset maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada E-**

***commerce* Lazada Di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat “**

**B. Rumusan Masalah**

1. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat ?
2. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat ?
3. Apakah ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat ?
4. Apakah ada pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat ?

**C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat.

3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat.
4. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Bagi *E-commerce* Lazada**

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi bagi Lazada dalam mengukur efektivitas strategi pemasaran dan menentukan prioritas pengembangan layanan, serta membantu perusahaan memahami karakteristik konsumen di wilayah penelitian agar dapat merancang promosi yang lebih personal dan tepat sasaran.

##### **2. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti mengenai pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Lazada di Desa Lubuk Nambulan Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat.

##### **3. Bagi Almamater**

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi tambahan bagi ilmu pengetahuan, serta dapat menjadikan acuan atau kajian penulis akan terhadap topik serupa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asiati, D.I., Fitriah, W., Safitri, E., Nurrahmi, M., & Choiriyah. (2019). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Palembang: Noer Fikri.
- Firmansyah. M. A. ( 2019). *Pemasaran produk dan merek*, cetakan pertama, penerbit Qiara Media, Jawa timur.
- Hasan. Iqbal. (2017). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara
- Indrasari, D. (2019). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian*. Yogyakarta: Universitas ABC
- Nugraha, J. P (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. PT. Nasya Expanding Management.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Marketing Management*.15th Edition.Harlow :Pearson Education Limited
- Kotler. Philip & Keller, Kevin Lane. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. (Edisi 6) Yogyakarta: Andy
- Magdalena, M., & Fatahillah, M. I. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian (Kantor Lazada di Kecamatan Kuranji Kota Padang). *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1380-1392.
- Mayesa, E. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Lazada Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Di Kota Padang* (Doctoral dissertation, Univesitas Putra Indonesia YPTK).
- Tjiptono, Fandy. ( 2019). "*Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*." Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Pratiwi, DEI, & Masykuroh, E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Ponorogo di Marketplace Lazada. *Niqosiya: Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis* , 3 (1), 214-236.
- Priandewi, M. M., Fadhilah, M., & Maharani, B. D. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk di e-Commerce Lazada. *Jurnal Bingkai Ekonomi (JBE)*, 7(1), 17- 26.

- Sahir, Syafrida Hafni (2022), "*Metodologi Penelitian*", Medan : Penerbit KMB  
Indonesia.
- Sitorus, D., Batubara, M., Hutagalung, C. A. P., & Nasution, A. A. (2023).  
Pengaruh Harga, Promosi, dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan  
Pembelian di E-Commerce Lazada pada Mahasiswa Fakultas  
Psikologi UNPRI Medan. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan  
Sosial*, 10(3), 1581-1592.
- Sunyoto, Danang. (2020). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep,  
Strategi  
dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (edisi  
terbaru)*. Bandung: Alfabeta.