

**PENGARUH DISKON DAN PROMO GRATIS ONGKOS
KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKETPLACE SHOPEE DAN TOKOPEDIA DI
PERUMAHAN VIILA MUTIARA GADING 3**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen – S1



OLEH

NAMA : Ahmad Faisal

NIM : 180400137

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2024**

**PENGARUH DISKON DAN PROMO GRATIS ONGKOS
KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKETPLACE SHOPEE DAN TOKOPEDIA DI
PERUMAHAN VIILA MUTIARA GADING 3**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI**

Program Studi Manajemen – S1



OLEH

NAMA : Ahmad Faisal

NIM : 180400137

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2024

**THE INFLUENCE OF DISCOUNTS AND FREE SHIPPING
PROMOTIONS ON PURCHASING DECISIONS AT SHOPEE
AND TOKOPEDIA MARKETPLACE IN VIILA MUTIARA
GADING 3 RESIDENTIAL**

THESIS

Management Study Program – S1



NAME : Ahmad Faisal

NIM : 180400137

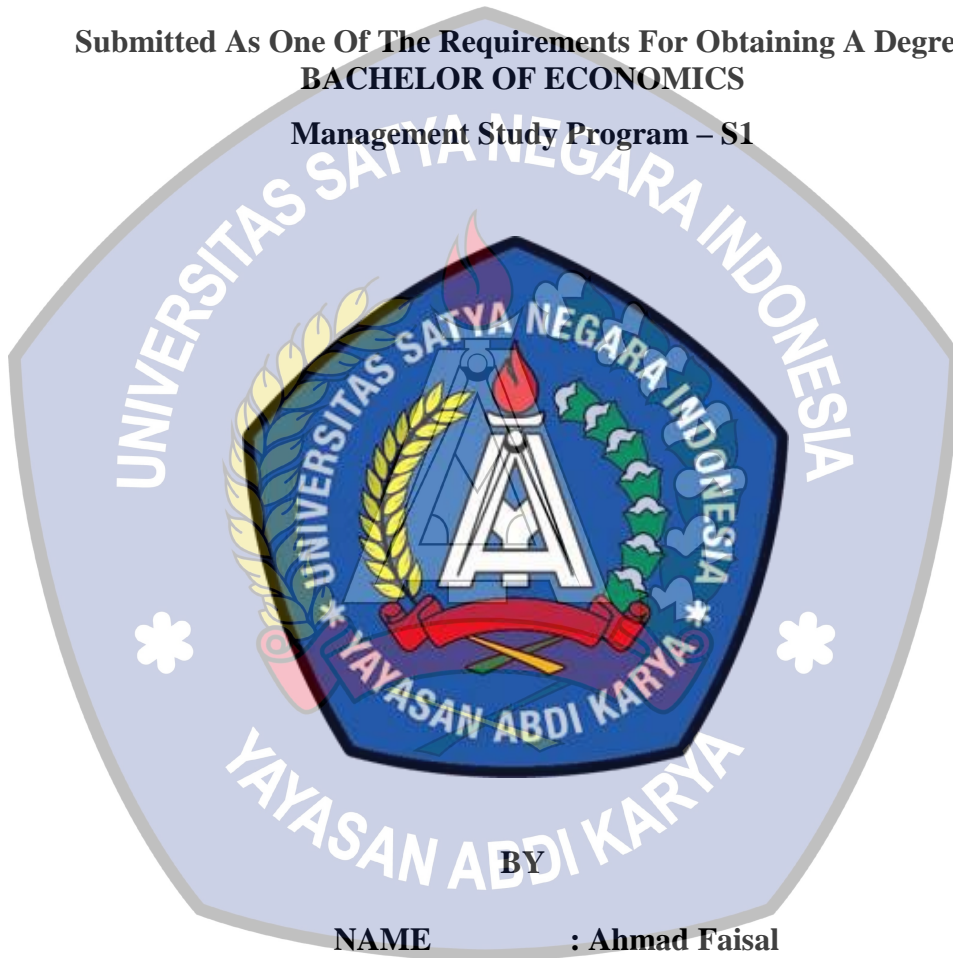
**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA
JAKARTA
2024**

**THE INFLUENCE OF DISCOUNTS AND FREE SHIPPING
PROMOTIONS ON PURCHASING DECISIONS AT SHOPEE
AND TOKOPEDIA MARKETPLACE IN VIILA MUTIARA
GADING 3 RESIDENTIAL**

THESIS

**Submitted As One Of The Requirements For Obtaining A Degree
BACHELOR OF ECONOMICS**

Management Study Program – S1



NAME : Ahmad Faisal

NIM : 180400137

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA**

JAKARTA

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Faisal

NIM : 180400137

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri dan seluruhnya isi skripsi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 16 Agustus 2024



Ahmad Faisal
180400137

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Faisal
NIM : 180400137
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH DISKON DAN PROMO GRATIS
ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE DAN
TOKOPEDIA DI PERUMAHAN VILLA MUTIARA
GADING 3

Tanggal Ujian : 10 Agustus 2024

Bekasi, 16 Agustus 2024

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I

GL. Hery Prasetya, SE., MM
CPHCEP., CPMP., CODP., CBOA., CLMA

Agus Wahyono, SE., MM

Dekan

Ketua Jurusan

GL. Hery Prasetya, SE., MM
CPHCEP., CPMP., CODP., CBOA., CLMA

Agus Wahyono, SE., MM

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

**PENGARUH DISKON DAN PROMO GRATIS ONGKOS KIRIM
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE*
SHOPEE DAN TOKOPEDIA DI PERUMAHAN VIILA MUTIARA
GADING 3**



Anggota Penguji II

[Signature]
Dr. Noviarti, SE., MM

Anggota Penguji I

[Signature]
Yuslinda Nasutoin, SE., MM

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Satya Negara Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Faisal

NIM : 180400137

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Jenis karya : Skripsi

menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) kepada Universitas Satya Negara Indonesia atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Dan Tokopedia Di Perumahan Viila Mutiara Gading 3**

beserta kelengkapan lainnya (jika diperlukan).

Selain itu, Universitas Satya Negara Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta dan bertujuan untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang digunakan secara etis.

Saya juga memberikan ijin kepada pembimbing Skripsi/Tugas Akhir/Tesis/Karya Ilmiah Lainnya untuk menjadi penulis kedua dari karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 16 Agustus 2024

Yang menyatakan



Ahmad Faisal

PENGARUH DISKON DAN PROMO GRATIS ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE DAN TOKOPEDIA DI PERUMAHAN VIILA MUTIARA GADING 3

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada *Marketplace* Shopee dan Tokopedia di Perumahan Villa Mutiara Gading 3. Metode pada penelitian ini menggunakan data kuantitatif, tahap uji yang dilakukan adalah dengan melakukan uji validasi dan uji reliabilitas terlebih dahulu, kemudian dilakukan uji selanjutnya yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, regresi linear, uji F, uji t, koefisien determinasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner, dan data valid yang berhasil dikumpulkan sebanyak 60 reponden pada masing-masing *marketplace*. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan menggunakan alat bantu pengujian yang digunakan adalah IBM SPSS (*Statistical Product And Service Solitions*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada *Marketplace* Shopee dan Tokopedia di Perumahan Villa Mutiara Gading 3. Namun terdapat perbedaan strategi pemasarannya dimana Diskon pada Shopee lebih unggul dibandingkan Tokopedia. Sedangkan Promo Gratis Ongkos Kirim pada Tokopedia lebih unggul dibandingkan dengan Shopee.

Kata Kunci : E-Commerce, Shopee, Strategi Pemasaran, Tokopedia

THE INFLUENCE OF DISCOUNTS AND FREE SHIPPING PROMOTIONS ON PURCHASING DECISIONS AT THE SHOPEE AND TOKOPEDIA MARKETPLACE IN VIILA MUTIARA GADING 3 RESIDENTIAL

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of discounts and free shipping promotions on consumer purchasing decisions Marketplace Shopee and Tokopedia at Villa Mutiara Gading Housing 3. The method in this research uses quantitative data, the test stage carried out is by carrying out validation tests and reliability tests first, then subsequent tests are carried out which include normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, linear regression, F test, t test, coefficient of determination. The data used in this research used a questionnaire instrument, and valid data was collected from 60 respondents each marketplace. The sampling method in this research is purposive sampling using the testing tool used is IBM SPSS (Statistical Product And Service Solutions). The research results show that Discounts and Free Shipping Promos together influence consumer purchasing decisions Marketplace Shopee and Tokopedia at Villa Mutiara Gading Housing 3. However, there are differences in marketing strategies where the discount on Shopee is superior to Tokopedia. Meanwhile, the Free Shipping Promo on Tokopedia is superior to Shopee.

Keywords: E-Commerce, Shopee, Marketing Strategy, Tokopedia

KATA PENGANTAR

Dengan segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, peneliti mengungkapkan rasa syukur dan penghargaan atas berkat dan kebaikan-Nya yang telah diberikan. Berkat rahmat-Nya, peneliti berhasil menyelesaikan tugas akademik dalam bentuk skripsi dengan judul:

Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee dan Tokopedia di Perumahan Villa Mutiara Gading 3

Peneliti dengan tulus mengungkapkan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada semua individu dan entitas yang telah memberikan dukungan luar biasa baik dalam bentuk semangat dan dorongan moral maupun dukungan finansial yang berharga, yang telah memungkinkan penyelesaian skripsi ini sesuai dengan harapan. Selain itu peneliti juga ingin menyampaikan penghargaan yang istimewa kepada:

1. Rektor Universitas Satya Negara Indonesia, Dr.Sihar P.H. Sitorus, B.S.B.A., M.B.A
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia dan Dosen Pembimbing II GL. Hery Prasetya, SE., MM.
3. Ketua Jurusan Manajemen dan Dosen Pembimbing I, Agus Wahyono SE., MM. Sekaligus penasehat akademik yang telah sabar memberikan bimbingan , nasihat , dan juga saran kepada peneliti.

4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Staff TU Universitas Satya Negara Indonesia yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu.
5. Keluarga tercinta yang selalu memberikan do'a terbaik, dukungan materil dan moral, dan selalu kekuatan bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Teman-teman Fakultas Ekonomi tercinta yang memberikan banyak masukan serta saran.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan khasanah ilmu bagi kita semua. Penulis menyadari skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Bekasi, 16 Agustus 2024


Ahmad Faisal

DAFTAR ISI

| SURAT SENDIRI..... | PERNYATAAN | KARYA |
|--|------------------------------|------------------------------|
|v | Error! Bookmark not defined. | |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | Error! Bookmark not defined. | |
| LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI..... | vii | Error! Bookmark not defined. |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS..... | | vi |
| ABSTRAK | | ix |
| ABSTRACK | | x |
| KATA PENGANTAR..... | | xi |
| DAFTAR ISI..... | | xiii |
| DAFTAR TABEL | | xvii |
| DAFTAR GAMBAR..... | | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN | | |
| A. Latar Belakang | | 1 |
| B. Perumusan Masalah | | 11 |
| C. Tujuan Penelitian | | 12 |
| D. Manfaat Penelitian | | 12 |
| BAB II LANDASAN TEORI | | |
| A. Manajemen Pemasaran..... | | 13 |
| B. Keputusan Pembelian..... | | 15 |
| 1. Pengertian Keputusan Pembelian | | 15 |
| 2. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian | | 16 |
| 3. Dimensi Keputusan Pembelian..... | | 18 |
| 4. Indikator Keputusan Pembelian | | 19 |
| C. Diskon | | 20 |
| 1. Pengertian Diskon | | 20 |
| 2. Strategi dan Orientasi Diskon..... | | 22 |
| 3. Dimensi Diskon | | 23 |
| 4. Indikator Diskon..... | | 24 |
| D. Promo Gratis Ongkos Kirim | | 25 |
| 1. Pengertian Promo Gratis Ongkos Kirim | | 25 |

| | | |
|------------------------------------|---|----|
| 2. | Strategi dan Orientasi Promo Gratis Ongkos Kirim..... | 26 |
| 3. | Dimensi Promo Gratis Ongkos Kirim..... | 27 |
| 4. | Indikator Promo Gratis Ongkos Kirim..... | 29 |
| E. | Penelitian Terdahulu..... | 30 |
| F. | Hubungan Antar Variabel..... | 32 |
| G. | Kerangka Berfikir..... | 33 |
| H. | Hipotesis Penelitian..... | 34 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | |
| A. | Pendekatan Penelitian..... | 35 |
| B. | Waktu dan Tempat Penelitian..... | 36 |
| C. | Defenisi Variabel Penelitian..... | 36 |
| D. | Operasional Variabel..... | 37 |
| E. | Populasi dan Sampel..... | 38 |
| 1. | Populasi..... | 38 |
| 2. | Sampel..... | 38 |
| F. | Jenis dan Sumber Data..... | 40 |
| G. | Teknik Pengumpulan Data..... | 41 |
| 1. | Kuesioner..... | 41 |
| 2. | Wawancara..... | 42 |
| H. | Teknik Analisis Data..... | 42 |
| 1. | Uji Instrumen..... | 42 |
| 2. | Uji Asumsi Klasik..... | 45 |
| 3. | Analisis Regresi Linear..... | 48 |
| 4. | Uji Hipotesis..... | 48 |
| 5. | Koefisien Determinasi (R^2)..... | 49 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | |
| A. | Gambaran Umum Marketplace..... | 50 |
| 1. | Shopee..... | 50 |
| 2. | Tokopedia..... | 51 |
| B. | Gambaran Umum Responden..... | 52 |
| C. | Hasil Penelitian dan Pembahasan..... | 52 |
| 1. | Data dan Profil Responden..... | 52 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2. | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 53 |
| 3. | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 54 |
| 4. | Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan..... | 55 |
| 5. | Karakteristik Responden Berdasarkan Memiliki Aplikasi Lain..... | 56 |
| 6. | Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian..... | 57 |
| D. | Statistik Deskriptif | 58 |
| 1. | Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian | 58 |
| 2. | Deskriptif Variabel Diskon | 59 |
| 3. | Deskriptif Variabel Promo Gratis Ongkos kirim..... | 61 |
| E. | Uji Asumsi Klasik..... | 62 |
| 1. | Uji Normalitas | 62 |
| 2. | Uji Multikolinearitas | 65 |
| 3. | Uji Heteroskedastisitas | 66 |
| F. | Analisis Regresi Linear | 67 |
| G. | Uji Hipotesis | 70 |
| 1. | Uji Simultan (Uji F) | 70 |
| 2. | Uji Parsial (Uji t) | 71 |
| H. | Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 73 |
| I. | Pembahasan dan Interpretasi Hasil | 74 |
| 1. | Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Marketplace</i> Shopee dan Tokopedia..... | 74 |
| 2. | Pengaruh Diskon terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Marketplace</i> Shopee dan Tokopedia..... | 74 |
| 3. | Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan pembelian di Tokopedia dan Sophee..... | 76 |
| 4. | Determinasi Keputusan Pembelian pada <i>Marketplace</i> Shopee dan Tokopedia..... | 77 |
| BAB V Kesimpulan dan Saran | | |
| 1. | Kesimpulan..... | 78 |
| 2. | Saran | 78 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 80 |
| LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN SHOPEE..... | | 82 |
| LAMPIRAN 2 TABULASI DATA SHOPEE..... | | 87 |

| | |
|--|------------|
| LAMPIRAN 3 HASIL SPSS SHOPEE | 93 |
| LAMPIRAN 4 KUESIONER PENELITIAN TOKOPEDIA | 101 |
| LAMPIRAN 5 TABULASI DATA TOKOPEDIA | 106 |
| LAMPIRAN 6 HASIL SPSS TOKOPEDIA..... | 112 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 30 |
| Tabel 3. 1 Operasional Variabel..... | 37 |
| Tabel 3. 2 Hasil Uji Validasi..... | 43 |
| Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Shopee | 45 |
| Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Tokopedia..... | 45 |
| Tabel 4. 1 Tanggapan Responden Shopee Terhadap Keputusan Pembelian | 58 |
| Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Tokopedia Terhadap Keputusan Pembelian... | 58 |
| Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Shopee Terhadap Diskon..... | 59 |
| Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Tokopedia Terhadap Diskon | 60 |
| Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Shopee Terhadap Promo Gratis Ongkos kirim | 61 |
| Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Tokopedia Terhadap Promo Gratis Ongkos kirim | 62 |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas Shopee..... | 65 |
| Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas Tokopedia | 66 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Shopee..... | 68 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Tokopedia | 69 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Simultan (Uji F) Shopee..... | 70 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Simultan (Uji F) Tokopedia..... | 71 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial (uji t) Shopee | 71 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Parsial (uji t) Tokopedia | 72 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R2) Shopee | 73 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R2) Tokopedia..... | 73 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet Di Indonesia Tahun 2023 | 2 |
| Gambar 1. 2 Data Pengunjung Marketplace Di Indonesia Tahun 2023 | 5 |
| Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir..... | 33 |
| Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Shopee Dan Tokopedia Berdasarkan Jenis Kelamin | 53 |
| Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Shopee Dan Tokopedia Berdasarkan Usia | 54 |
| Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Shopee Dan Tokopedia Berdasarkan Status Pekerjaan | 55 |
| Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Shopee Berdasarkan Memiliki Aplikasi Lain | 56 |
| Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Shopee Dan Tokopedia Berdasarkan Frekuensi Pembelian | 57 |
| Gambar 4. 6 Hasil Uji Normalitas Histogram Shopee..... | 63 |
| Gambar 4. 7 Hasil Uji Normalitas Histogram Tokopedia..... | 63 |
| Gambar 4. 8 Hasil Uji Normalitas Grafik Normality Probability Plot Shopee.... | 64 |
| Gambar 4. 9 Hasil Uji Normalitas Grafik Normality Probability Plot Tokopedia | 64 |
| Gambar 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas Shopee..... | 66 |
| Gambar 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Tokopedia | 67 |