

**Judul Penelitian : Pengaruh Diskon, Biaya Ongkos Kirim Dan
Customer Review Terhadap Keputusan
Pembelian Di Shopee
(Studi Pada Mahasiswa Uniska Fakultas
Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan Tahun
2020)**

Dosen Pembimbing : Dr. Nur Hidayati, S.E., M.M., CSRS., CSRA
: Aprilia Dian Evasari, S.E., M.M.
Nama Mahasiswa : Mohammad Fatkhur Rizal
NPM : 20.13021.0054

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh diskon, biaya ongkos kirim dan *customer review* terhadap keputusan pembelian di shopee (Studi Pada Mahasiswa Uniska Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan Tahun 2020). Metode kuantitatif digunakan dengan sampel 80 konsumen yang diambil secara *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, R^2 , uji t, dan uji f. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Diskon secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Biaya ongkos kirim secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. *Customer review* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan Diskon, Biaya ongkos kirim dan *Customer review* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Diskon, Biaya Ongkos Kirim, *Customer Review*, dan Keputusan Pembelian

***Title of Research : The Influence of Discounts, Shipping Costs, and Customer Reviews on Purchase Decisions on Shopee
(A Study on Students of Uniska Faculty of Economics, Management Program, Class of 2020).***

***Advisor : Dr. Nur Hidayati, S.E., M.M., CSRS., CSRA
: Aprilia Dian Evasari, S.E., M.M.
Student : Mohammad Fatkhur Rizal
NPM : 20.13021.0054***

Abstract

This study analyzes the influence of discounts, shipping costs, and customer reviews on purchase decisions on Shopee (A Study on Students of Uniska Faculty of Economics, Management Program, Class of 2020). A quantitative method was used with a sample of 80 consumers selected through purposive sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed through validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, R^2 , t-test, and F-test. The results of this study show that discounts, partially, have a significant effect on purchase decisions, with a significance value of $0.001 < 0.05$. Shipping costs, partially, have a significant effect on purchase decisions, with a significance value of $0.000 < 0.05$. Customer reviews, partially, have a significant effect on purchase decisions, with a significance value of $0.000 < 0.05$. Meanwhile, discounts, shipping costs, and customer reviews simultaneously have a significant effect on purchase decisions, with a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: *Discounts, Shipping Costs, Customer Reviews, Purchase Decisions.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL SKRIPSI	i
HALAMAN PERNYATAAN PLAGIARISME	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN PENGSAHAN UJIAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>Abstract</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Batasan Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Tinjauan dan Kajian Pustaka	16
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	16
2.2.2 Diskon	17
2.2.2.1 Pengertian Diskon	17
2.2.2.2 Jenis-Jenis Diskon	18
2.2.2.3 Faktor-Faktor Diskon	20
2.2.2.4 Indikator Diskon	21
2.2.3 Biaya Ongkos Kirim	21
2.3 Teori Hubungan Antar Variabel.....	33

2.3.1 Hubungan Antara Diskon Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3.2 Hubungan Antara Biaya Ongkos Kirim Terhadap	34
2.3.3 Hubungan Antara <i>Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.3.4 Hubungan Antara Diskon, Biaya Ongkos Kirim dan <i>Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian	36
2.4 Kerangka Teoritik	36
2.5 Formula Hipotesis	37
2.5.1 Diskon Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	37
2.5.2 Biaya Ongkos Kirim Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.5.3 <i>Customer Review</i> Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.5.4 Diskon, Biaya Ongkos Kirim dan <i>Customer Review</i> berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	40
3.2 Jenis Penelitian.....	40
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
3.4 Populasi dan Sampel	40
3.4.1 Populasi.....	40
3.4.2 Sampel	41
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	41
3.6 Penentuan Jumlah Sampel.....	42
3.7 Data dan Teknik Pengumpulannya	42
3.8 Identifikasi Variabel.....	44
3.9 Definisi Operasional Variabel.....	44

3.10 Teknik Analisis	48
3.10.1 Uji Validitas	48
3.10.2 Uji Reliabilitas	49
3.10.3 Uji Asumsi Klasik	49
3.10.3.1 Uji Normalitas	49
3.10.3.2 Uji Multikolinearitas	49
3.10.3.3 Uji Heteroskedastisitas	50
3.10.3.4 Uji Linearitas	50
3.10.4 Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.10.5 Uji Pengaruh Parsial (Uji t)	51
3.10.6 Uji Simultan (Uji F)	52
3.10.7 Koefisien Determinan (R^2)	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Hasil Penelitian	53
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	53
4.1.2 Sejarah Perusahaan	53
4.1.3 Visi dan Misi	54
4.1.4 Logo Perusahaan	55
4.1.5 Analisis Deskriptif	55
4.1.5.1 Gambaran Umum Responden	55
4.1.5.2 Deskripsi Variabel Penelitian	58
4.1.6 Analisis Statistik	70
4.1.6.1 Hasil Uji Validitas	70
4.1.6.2 Hasil Uji Reliabilitas	72
4.1.6.3 Uji Asumsi Klasik	73
4.1.6.4 Regresi Linier Berganda	76
4.1.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	78
4.1.6.6 Uji Hipotesis	78
4.2 Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian	80
4.2.1 Pengaruh Secara Parsial Antara Diskon Terhadap Keputusan Pembelian	80

4.2.2 Pengaruh Secara Parsial Antara Biaya Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
4.2.3 Pengaruh Secara Parsial Antara <i>Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	82
4.2.4 Pengaruh Secara Simultan Antara Diskon, Biaya Ongkos Kirim, dan <i>Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	92