

**PENGARUH *LIVE E-COMMERCE*, PENGALAMAN
KONSUMEN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Angkatan
2020)**

SKRIPSI



OLEH :
INDRA JUHANA
NIM: 112010999

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH *LIVE E-COMMERCE*, PENGALAMAN
KONSUMEN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Angkatan
2020)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Studi Sarjana (S1)

SKRIPSI



OLEH :
INDRA JUHANA
NIM: 112010999

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama Mahasiswa : Indra Juhana

NIM : 112010999

Judul Skripsi : Pengaruh *Live E-commerce*, Pengalaman Konsumen dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa

Bekasi, 30 Juli 2024

Pembimbing,



Dr. Yunita Ramadhani RDS, SE., M.Sc

0406068402

SKRIPSI

**PENGARUH LIVE E-COMMERCE, PENGALAMANKONSUMEN DAN
POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKETPLACE SHOPEE**

(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Angkatan 2020)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Indra Juhana

112010999

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

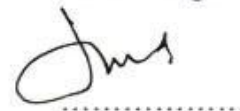
Ketua Penguji,
Kuwat Riyanto, S.E., M.M., D.B.A
NIDN: 0417087905

Tanda Tangan



Anggota Penguji
Drs. Imam Sucipto, M.M
NIDN: 0405096403

Tanda Tangan



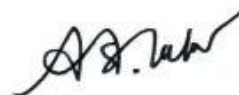
Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.
NIDN: 0406068402

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M.
NIDN: 0404046508

PERSYARATAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indra Juhana

NIM : 112010999

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 30 Juli 2024

Penulis

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 10,000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SERBUK BUNTAU' and 'METERAI TEMPEL'. The serial number 'D0B9FALX330883226' is visible at the bottom of the stamp.

Indra Juhana
NIM: 112010999

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Jangan pernah mengharapkan hasil, karena yang Allahuntut dari kita cuma ikhtiar. Allah tidak menuntut hasil. Orang yang terlalu banyak menuntut hasil akan larut dalam kekecewaan dalam hidupnya.

(Ustadz Ahdi Hidayat)

Mungkin bukan sekarang, tapi nanti di masa yang akan datang, kamu akan menikmati do'a yang selama ini kamu ulang-ulang.

(Al Habib Umar Bin Hafidz)

Karya ini saya persembahkan untuk:

- Orangtua dan keluarga yang telah memberikan doa, kasih sayang, dan kesabaran yang selalu menyertai langkah-langkah saya.
- Bapak/Ibu Dosen Universitas Pelita Bangsa yang telah memberikan segala arahan, bimbingan, dan ilmu yang telah diberikan selama proses perkuliahan.
- Rekan-rekan dan seluruh pihak terkait terima kasih atas tawa, canda, serta dukungan moral yang kalian berikan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti haturkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Alhamdulillah atas rahmat, karunia dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Live E-commerce*, Pengalaman Konsumen dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Angkatan 2020)”**. Penyusunan Skripsi ini dilakukan dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian tingkat sarjana Strata (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Pelita Bangsa.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari doa, dukungan, bantuan, bimbingan, dan semangat yang diberikan dari berbagai pihak baik berupa moril maupun materil. Untuk itu dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan banyakk terima kasih kepada:

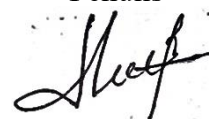
1. Kepada Ayah dan Ibu, terima kasih atas segala cinta, kasih sayang, dan doa yang tiada henti. Terima kasih atas segala dukungan moral dan material yang telah kalian berikan sepanjang hidup saya. Ayah dan Ibu selalu menjadi sumber inspirasi dan motivasi terbesar dalam setiap langkah yang saya ambil. Tanpa doa, bimbingan, dan pengorbanan kalian, saya tidak akan bisa mencapai titik ini. Kalian adalah pahlawan sejati dalam hidup saya.
2. Ibu Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E.,M.Sc. Selaku Dosen Pembimbing Pendamping sekaligus Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa atas bimbingan, arahan, masukan, semangat, motivasi yang diberikan dalam membimbing peneliti serta segala kemudahan birokrasi selama ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan yang ibu berikan, yang selalu menyemangati dan menginspirasi. Sungguh suatu kehormatan dan rasa bangga, peneliti berkesempatan menjadi mahasiswa bimbingan Ibu.
3. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti, S.E.,M.M Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

4. Bapak Hamzah Muhammad Mardi Putra.,S.K.M.,M.M.,D.B.A. Selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
5. Bapak dan Ibu seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa. Terutama Dosen Prodi Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan, mendidik, dan membimbing peneliti selama perkuliahan.
6. Seluruh Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian proposal skripsi ini.
7. Kakak Tercinta, Mira Puspita dan suaminya Engkos Kosidin. Terima kasih atas segala dukungan, bimbingan, dan kasih sayang yang selalu kakak berikan selama ini. Terima kasih juga atas kesediaan kakak meluangkan waktu untuk membantu saya dalam menghadapi berbagai kesulitan selama ini.
8. Terima kasih kepada seluruh teman-teman dan rekan-rekan yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kebersamaan dan kerjasama kita memberikan banyak pelajaran berharga bagi saya.
9. Terima kasih saya sampaikan kepada semua pihak tidak bisa saya disebutkan satu persatu, yang telah membantu dan mendukung saya dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga Tuhan membalas segala kebaikan yang telah diberikan.

Penulis sangat menyadari bahwa proposal skripsi ini jauh dari kata kesempurnaan, oleh sebab itu penulis dapat mengharapkan kritik dan saran guna memperbaiki penulisan laporan penelitian dikemudian hari. Namun, penulis juga berharap semoga hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak yang membutuhkan.

Bekasi, 30 Juli 2024

Penulis



Indra Juhana

NIM : 11201099

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PENYATAAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sitematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.3.1 Keputusan Pembelian.....	10
2.3.2 Live E-commerce	11
2.3.3 Pengalaman Konsumen.....	12
2.3.4 Potongan Harga.....	14
2.3.5 Penelitian Terdahulu yang relevan	15
2.2 Hipotesis dan Model Penelitian.....	18
2.3.1 Pengembangan Hipotesis	18
2.3.2 Model Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	24
3.2.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2.2 Desain Penelitian.....	24
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	26
3.2.1 Definisi Operasional.....	26
3.2.2 Pengukuran Variabel	29
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.4 Jenis Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	31
3.4.1 Jenis Data dan Sumber Data	31
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5 Metode Analisis.....	32
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	32

3.5.2 Uji Validitas dan Reabilitas	33
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	34
3.5.4 Uji Regresi Linier Berganda	35
3.5.5 Uji Hipotesis	36
3.5.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Hasil Penelitian.....	38
4.1.1 Analisis Statistik Deskripsi Data Responden.....	38
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	40
4.2 Hasil Analisa dan Uji hipotesis	42
4.2.1 Uji Validitas dan Reabilitas	42
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	45
4.2.3 Uji Regresi Linier Berganda	50
4.2.4 Uji Hipotesis	52
4.3 Pembahasan	55
BAB V PENUTUP	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	26
Tabel 3.2 Bentuk Skala Likert.....	30
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	39
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pendapatan	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Live E-commerce.....	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Pengalaman Konsumen.....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Potongan Harga.....	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas	45
Tabel 4.11 Hasil Uji One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Glejser.....	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4.15 Hasil Uji T (Parsial)	52
Tabel 4.16 Hasil Uji F (Simultan).....	54
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Pengguna E-commerce di Indonesia (2018-2027)	2
Gambar 1.2 Jumlah Kunjungan Ke-5 Situs E-commerce Terbesar di Indonesia....	3
Gambar 1.3 Platform Belanja Online Lewat Siaran Langsung Paling Banyak	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 3.1 Kerangka Desain Penelitian	24
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	46
Gambar 4.2 Hasil Uji Normal P-P Plot.....	46
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	50

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Mapping Jurnal Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	66
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 3. Tabulasi Data Kuesioner.....	78
Lampiran 4. Rekapitulasi Jumlah Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa	89
Lampiran 5. Hasil Uji Data	92
Lampiran 6. Tabel Statistik	103
Lampiran 7. Riwayat Hidup.....	108

**THE IMPACT OF LIVE E-COMMERCE, CONSUMER EXPERIENCE AND
DISCOUNTS ON PURCHASE DECISIONS
ON THE SHOPEE MARKETPLACE**

(Case Study of Pelita Bangsa University Students Class of 2020)

Indra Juhana ¹⁾
Yunita Ramadhani Rds ²⁾

Abstract

The rapid growth of e-commerce in Indonesia has led to various innovations, including the live e-commerce feature that offers a more interactive shopping experience. Additionally, consumer experience and discounts have also become crucial factors influencing purchase decisions on e-commerce platforms like Shopee. This study aims to analyze the effects of live e-commerce, consumer experience, and discounts on purchase decisions on Shopee, with a focus on students from Universitas Pelita Bangsa (UPB) class of 2020. The research approach is quantitative, utilizing probability sampling methods and simple random sampling techniques. The research population consists of UPB students from the class of 2020, with a sample size of 91 respondents selected randomly. Data collection was conducted using a questionnaire and analyzed using SPSS 26 software. The analysis results indicate that, partially, live e-commerce does not significantly affect purchase decisions, with a t -value $< t$ -table ($-1.272 < 1.985$) and a significance value of $0.207 > 0.05$. However, the variables of consumer experience and discounts show a significant effect, with t -values $> t$ -table ($4.221 > 1.985$ and $4.957 > 1.985$) and significance values of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, the three variables collectively influence purchase decisions, with a significance value of $0.000 < 0.05$ and an F -value of $31.111 > 2.70$. This study concludes that consumer experience and discounts are significant factors affecting purchase decisions, whereas live e-commerce is not. Overall, when analyzed together, all three variables have a significant impact on purchase decisions.

Keywords: *live e-commerce, consumer experience, discounts, purchasing decisions*

**PENGARUH *LIVE E-COMMERCE*, PENGALAMAN KONSUMEN DAN
POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA MARKETPLACE SHOPEE**

(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Angkatan 2020)

Indra Juhana ¹⁾
Yunita Ramadhani Rds ²⁾

Abstrak

Pertumbuhan pesat e-commerce di Indonesia telah melahirkan berbagai inovasi, termasuk fitur live e-commerce yang menawarkan pengalaman belanja lebih interaktif. Selain itu, pengalaman konsumen dan potongan harga juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian di platform e-commerce seperti Shopee. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh live e-commerce, pengalaman konsumen, dan potongan harga terhadap keputusan pembelian di Shopee, dengan fokus pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa (UPB) angkatan 2020. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode probability sampling dan teknik simple random sampling. Populasi penelitian terdiri dari mahasiswa UPB angkatan 2020, dengan sampel sebanyak 91 responden yang dipilih secara acak. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, yang kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS 26. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial, live e-commerce tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan nilai t hitung $< t$ tabel ($-1,272 < 1,985$) dan nilai signifikansi $0,207 > 0,05$. Namun, variabel pengalaman konsumen dan potongan harga menunjukkan berpengaruh, dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($4,221 > 1,985$ dan $4,957 > 1,985$) serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan, ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian dengan nilai signifikansi F hitung $31,111 > 2,70$ atau nilai sig $0,000 < 0,05$. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengalaman konsumen dan potongan harga merupakan faktor signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian, sedangkan live e-commerce tidak. Secara keseluruhan, ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ketika dianalisis bersama-sama.

Kata kunci: *live e-commerce*, pengalaman konsumen, potongan harga, keputusan pembelian