

**PENGARUH HARGA, DISKON DAN PROMO GRATIS  
ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
MARKETPLACE TOKOPEDIA  
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa)**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**NUR MAYANG SARI  
NIM : 112011451**

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

**PENGARUH HARGA, DISKON DAN PROMO GRATIS  
ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
MARKETPLACE TOKOPEDIA  
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

**SKRIPSI**



**OLEH:  
NUR MAYANG SARI  
NIM: 112011451**

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

## PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi Menyatakan:

Nama Mahasiswa : Nur Mayang Sari

NIM : 112011451

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Diskon, Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa).

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, 13 Juli 2024  
Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'A' followed by a cursive 'e'.

Dr. Asral., SE, M.M  
0417086706

## SKRIPSI

***PENGARUH HARGA, DISKON DAN PROMO GRATIS ONGKIR  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE  
TOKOPEDIA  
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa)***

Dipersiapkan Dan Disusun Oleh:  
Nur Mayang Sari  
112011451

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari sabtu, tanggal 27, bulan juli, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

### SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji,

Nama : Kuwat Riyanto, S.E., M.M., D.B.A.

NIDN : 0417087905

Anggota Penguji,

Nama : Andrianto Pasetya Nugroho., S.E., M.M

NIDN : 0424069301

Tanda Tangan



Tanda Tangan



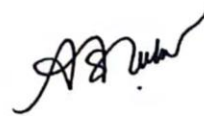
Mengetahui,

Ka.Prodi Manajemen,



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

Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti., SE., M.M  
NIDN: 0404046508

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini:

Nama Mahasiswa : Nur Mayang Sari

NIM : 112011451

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya 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 di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya 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, 27 Juli 2024

Tanda tangan



Nur Mayang Sari

## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”

(Ummar bin Khatab)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan). Kerjakan dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain”

(Q.S. Al-Insyirah 6-7)

“Perbanyak bersyukur, kurangi mengeluh, buka mata, jembarkan telinga, perluas hati, sadari kamu ada pada sekarang, bujan kemarin atau besok, nikmati setiap momen dalam hidup, berpetualanglah.”

Karya Ini Saya Persembahkan Untuk:

- Kedua orang tua saya Ibuku Arum Sari, Ayahku Asian Mahmur yang telah membesarkan dan mengasahi dengan penuh kasih sayang yang tiada lelah mengurus saya sedari kecil.
- Adik saya serta keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan dan semangat.

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Alloh SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh Harga, Diskon, Promo Gratis Ongkir Pada Marketplace Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan Tahun 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa)”. Penyusunan Skripsi adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Asral., SE., M.M. Selaku Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
2. Tim penguji bapak Kuwat Riyanto.,S.E.,M.M.,D.B.A dan bapak Andriyanto Prasetya Nugroho.,S.E.,M.M terimakasih telah berkenan memberikan masukan untuk penyempurnaan naskah mulai dari gagasan awal tema penelitian hingga selesai skripsi.
3. Ibu Dr. Yunita Ramadhani RSD., S.E., MSc dan Bapak Wachid Hasyim., S.E., M.M. Selaku Ketua dan Sekertaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat menulis Skripsi.
4. Ibu Dr. Preatmi Nur Astuti., SE., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajaran yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.

5. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera., SKM., M.M., D.B.A Selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Skripsi ini.
7. Kedua orang tua yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan serta mendoakan dengan penuh kesabaran, keteladanan, serta pengorbanan yang tak terhingga kepada penulis sehingga penyusunan Skripsi ini berjalan dengan lancar.
8. Rekan-rekan mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa Angkatan 2020
9. Seluruh Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian Skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian Skripsi ini.

Penulis menyadari penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat untuk pengalaman ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 27 Juli 2024

Penulis,

Nur Mayang Sari

NIM: 112011451



## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.5 Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Pengertian Manajemen .....	12
2.1.2 Teori Organisasi.....	12
2.1.3 Pengertian Pemasaran.....	13
2.1.4 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	13
2.1.5 Pengertian Pemasaran Jasa .....	14
2.1.6 Keputusan Pembelian .....	14
2.1.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	14
2.1.6.2 Indikator Keputusan Pembelian .....	15
2.1.7 Harga.....	16
2.1.7.1 Pengertian Harga .....	16
2.1.7.2 Indikator Harga.....	16
2.1.8 Diskon.....	17
2.1.8.1 Pengertian Diskon .....	17
2.1.8.2 Indikator Diskon.....	18
2.1.9 Promo Gratis Ongkir.....	18
2.1.9.1 Pengertian Promo Gratis Ongkir .....	18
2.1.9.2 Indikator Gratis Ongkir .....	18
2.1.10 Marketplace .....	19
2.1.11 Tokopedia .....	19
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	20
2.3 Hipotesis Dan Model Penelitian .....	25
2.3.1 Hipotesis .....	25

2.3.2 Model Penelitian .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Jenis Penelitian Dan Desain Penelitian .....	32
3.1.1 Tempat Dan Waktu Penelitian .....	32
3.1.2 Desain Penelitian .....	33
3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
3.3 Populasi Dan Metode Pengambilan Sampel .....	38
3.4 Jenis, Sumber Dan Data Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.5 Metode Analisis .....	40
3.5.1 Uji Validitas .....	41
3.5.2 Uji Reabilitas .....	41
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.5.3.1 Uji Normalitas .....	42
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas .....	42
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	42
3.5.4 Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	43
3.5.5 Uji Hipotesis .....	43
3.5.5.1 Uji Parsial (Uji t) .....	43
3.5.5.2 Uji F.....	43
3.5.6 Uji Regresi Berganda.....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	45
4.1.1 Sejarah Objek Penelitian Tokopedia.....	45
4.2 Karakteristik Responden .....	45
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	46
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	47
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	48
4.3 Hasil Analisis data .....	49
4.3.1 Hasil Uji Validitas .....	49
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
4.3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	55
4.3.3.1 Uji Normalitas .....	55
4.3.3.2 Uji Multikolinieritas .....	56
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	57
4.3.4 Hasil Uji Hipotesis .....	59
4.3.4.1 Uji t.....	59
4.3.4.2 Uji F.....	61
4.3.4.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	62
4.3.5 Uji Regresi Liner berganda.....	63
4.4 Pembahasan.....	64
4.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	64
4.4.2 Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
4.4.3 Pengaruh Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian .....	65
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>70</b>

5.1 Kesimpulan .....	70
5.2 Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>76</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data Pengguna Internet Di Indonesia .....	1
Tabel 1. 2 10 Negara dengan Proyeksi Pertumbuhan e-Commerce Tertinggi Global 2024 .....	2
Tabel 1. 3 Tarif Ongkos Kirim Layanan JNE dari Jakarta Ke Berbagai Kota Besar Di Indonesia .....	4
Tabel 1. 4 Data E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Di Indonesia (Kuartal I 2022) .....	5
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	32
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 4. 1 Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Tabel 4. 2 Responden Penelitian Berdasarkan Usia .....	47
Tabel 4. 3 Responden Penelitian Berdasarkan Pendidikan .....	47
Tabel 4. 4 Responden Penelitian Berdasarkan Pendapatan .....	48
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Harga (H) .....	50
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Diskon (D) .....	51
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Gratis Ongkir (GO) .....	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (KP).....	53
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas .....	54
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas Data.....	55
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas .....	57
Tabel 4. 12 Uji Heteroskedastisitas.....	59
Tabel 4. 13 Hasil Uji T.....	60
Tabel 4. 14 Uji F.....	61
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	62
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	63

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Contoh Harga di Marketplace Tokopedia .....	7
Gambar 1. 2 Contoh Diskon di Marketplace Tokopedia .....	7
Gambar 1. 3 Contoh Promo Gratis Ongkir dimarketplace Tokopedia .....	9
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	29
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	33
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	48
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
Gambar 4. 5 Grafik P-Plot Uji Normalitas.....	56
Gambar 4. 6 Hasil Uji Scatterplot.....	58

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Lembar Kuesioner Penelitian .....	76
Lampiran 2 Data Responden .....	80
Lampiran 3 Perhitungan Tabulasi Data.....	85
Lampiran 4 Hasil Olah Data SPSS.....	95
Lampiran 4. 1 Hasil Uji Validitas .....	95
Lampiran 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas .....	98
Lampiran 4. 3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	100
Lampiran 4. 4 Hasil Uji Hipotesis .....	102
Lampiran 5 Tabel Distribusi SPSS .....	103
Lampiran 5. 1 Tabel T.....	104
Lampiran 5. 2 Tabel F.....	104
Lampiran 6 Riwayat Hidup.....	107

***The Influence Of Prices, Discounts And Free Shipping Promotions On  
Purchasing Decisions On The Tokopedia Marketplace  
(Study On Pelita Bangsa University Students)***

Nur mayang Sari <sup>1)</sup>  
Dr. Asral., S.E., M.M <sup>2)</sup>

***ABSTRACT***

In the current era of globalization, easy access to the internet has made people change their activities from shopping directly at conventional stores to switching to shopping at online stores or e-commerce. E-commerce means transactions that include various kinds of business activities carried out on the internet, from purchases to sales carried out via the internet. The aim of this research is to identify the influence of prices, discounts and free shipping promotions on purchasing decisions at the Tokopedia marketplace among students from the Class of 2020, Faculty of Economics and Business, Pelita Bangsa University. The type of research used in this research is quantitative. The sample used in this research used the Slovin sample with a sample of 100 respondents. The population in this research are Tokopedia marketplace users among students in 2020, Faculty of Economics and Business, Pelita Bangsa University. Data collection techniques in this research use Validity Test & Reliability Test, Classical Assumption Test, Normality Test, Heteroscedasticity Test, Hypothesis Test, T Test, F Test and Coefficient of Determination Test. Data processing in this research uses the SPSS Software Program Version 26. The results of this research show that Price, Discounts and Free Shipping have a positive and significant effect on Purchasing Decisions.

*Keywords: Price, Discounts and Free Shipping on Purchasing Decisions.*

***PENGARUH HARGA, DISKON DAN PROMO GRATIS ONGKIR  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE  
TOKOPEDIA  
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PELITA BANGSA)***

Nur mayang Sari <sup>1)</sup>  
Dr. Asral., S.E., M.M <sup>2)</sup>

**ABSTRAK**

Di era globalisasi saat ini, mudah dalam akses internet membuat masyarakat mengubah kegiatan dari yang semula berbelanja langsung ke toko konvensional menjadi beralih ke berbelanja toko online atau e-commerce. E-commerce artinya sebagai transaksi yang meliputi berbagai macam kegiatan bisnis yang dilakukan media internet mulai dari pembelian sampai penjualan yang dilakukan melalui media internet. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh Harga, Diskon dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia pada Mahasiswa Angkatan Tahun 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa. Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sampel Slovin dengan sampel berjumlah 100 Responden. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna marketplace Tokopedia dikalangan Mahasiswa Tahun 2020 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa. Teknik Pengumpulan Data dalam penelitian ini menggunakan Uji Validitas & Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Hipotesis, Uji T, Uji F Dan Uji Koefisien Determinasi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan Program Software SPSS Versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga, Diskon dan Gratis Ongkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Harga, Diskon, dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian.