

**PENGARUH PROGRAM *CASHBACK*, DISKON HARGA, DAN ULASAN
PELANGAN TERHADAP MINAT BELI STUDI PENGGUNA APLIKASI
DIGITAL SHOPEE PADA MAHASISWA UPB CIKARANG**

SKRIPSI



**OLEH :
SANDI RUBIYANTORO
NIM : 112010307**

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

**PENGARUH PROGRAM *CASHBACK*, DISKON HARGA, DAN ULASAN
PELANGAN TERHADAP MINAT BELI STUDI PENGGUNA APLIKASI
DIGITAL SHOPEE PADA MAHASISWA UPB CIKARANG**

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

SKRIPSI



OLEH :
SANDI RUBIYANTORO
NIM : 112010307

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

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama : Sandi Rubiyantoro
NIM : 112010307
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH PROGRAM CASHBACK, DISKON HARGA, DAN ULASAN PELANGAN TERHADAP MINAT BELI STUDI PENGGUNA APLIKASI DIGITAL SHOPEE PADA MAHASISWA UPB CIKARANG

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti sidang skripsi pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 14 Juli 2024

Dosen Pembimbing,



Kuwat Riyanto,SE.,MM

NIDN : 04170879

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Sandi Rubiyantoro

112010307

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 Strata -1 (S1) Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI TUGAS AKHIR

Ketua Penguji

Supartono, S.E., M.M.

NIDN : 0422066705

Tanda Tangan



Anggota Penguji

Erdi, S.Pd., M.M.

NIDN : 0418016402

Tanda Tangan



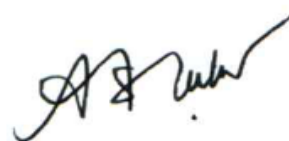
Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen



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

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Every human being has an indepth value, success may come by luck but is 'nt something to rely on, because whenever success and luck is defeted by underestimation and determination, its won't mean the things. Set your goals find your trigger act your thought and score it. Hard learn hard work and be confidence, your future in your hand please stand up, keep struggling to make come true of a dream, beacause success beginning by you and for you."

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua Orang Tua saya Bapak Rukan dan Ibu Sulastri yang telah membesarkan saya dengan kasih sayang yang tak terhingga. Dengan penuh keikhlasan, perjuangan, pengorbanan, dan do'a demi keberhasilan saya sebagai anaknya. Do'a dan restu yang selalu mengiringi langkah saya setiap hari, hingga saya dapat sampai dititik ini.
2. Bapak dan Ibu Dosen yang selalu memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga dan bermanfaat bagi saya.
3. Sahabat-sahabat terbaik saya yang selalu mendukung penuh dan selalu menemani saya saat penyusunan proposal ini.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sandi Rubiyantoro
NIM : 112010307
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah Hasil karya saya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada program sarjana ini atau pada program lain. Karya ini adalah milik Saya, karena itu pertanggung jawabanya berada di Pundak saya. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia ditinjau dan menerima sanksi sebagaimana mestinya.

Bekasi, 27 Juli 2024



SANDI RUBIYANTORO

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji Syukur yang sedalam- dalam penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Program Cashback, Diskon Harga, dan Ulasan Pelanggan Terhadap Minat Beli”**. Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa.

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

1. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera, SKM.,M.M.,D.B.A, sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa
2. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti, S.E.,M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial (FEBIS) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.
3. Ibu Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E.,M.Sc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat menulis skripsi mahasiswa.
4. Bapak Kuart Riyanto, SE.,MM.,D.BA., selaku Dosen Pembimbing utama yang dengan sabar memberikan bimbingan, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Bapak Supartono, S.E.,M.M, dan Bapak Erdi S.pd.,M.M, selaku dosen penguji yang telah berkenan memberikan masukan dan arahan mulai dari gagasan awal tema penelitian hingga selesainya Skripsi ini.
6. Bapak / Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu

pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Skripsi ini.

7. Orangtua dan Keluarga tercinta yang senantiasa memberikan dukungan dan dorongan semangat.
8. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas keakraban, diskusi, saran, dan semangat yang diberikan.
9. Pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat terwujud. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, penulis mengharapkan tanggapan serta saran yang sifatnya membangun untuk memperbaiki kekurangan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari penyusunan proposal ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu saran serta kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, penulis berharap semoga proposal penelitian ini berguna bagi para pembaca dan pihak – pihak lain yang berkepentingan.

Bekasi, 15 Juni 2024

Penulis,

Sandi Rubiyantoro

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
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	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.1.1 Minat beli	6
2.1.2 Cashback	10
2.1.3 Diskon Harga.....	15
2.1.4 Ulasan Pelanggan Online	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Model Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	34

3.1.1 Jenis penelitian	34
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	34
3.2.1 Tempat Penelitian	34
3.3 Kerangka Konsep.....	35
3.3.1 Desain Penelitian	35
3.3.2 Definisi Oprasional Variabel Penelitian	35
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.4.1 Populasi.....	36
3.4.2 Sampel.....	37
3.5 Jenis, Sumber Dan Teknik Pengambilan Data	38
3.5.1 Jenis Data	38
3.5.2 Metode Pengumpulan Data	38
3.6 Metode Analisis Data	39
3.6.1 Metode Analisa Outer Model	40
3.6.2 Analisa Inner Model.....	43
3.6.3 Pengujian Hipotesis	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Hasil Penelitian.....	46
4.1.1 Deskriptif Obyek Penelitian	46
4.1.2 Analisis Data	49
4.1.3 Pengujian Hipotesis	63
4.1.4 Pembahasan Penelitian.....	65
BAB V PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Research gap	2
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
Tabel 3. 2 Skala Likert	39
Tabel 4. 1 Outer Loadings.....	51
Tabel 4. 2 Outer Loadings Tahap II.....	54
Tabel 4. 3 Outer Loadings Tahap III	57
Tabel 4. 4 Avarage Variance Extracted (AVE).....	58
Tabel 4. 5 Fornell-Larcker Criterion Discriminant Validity	59
Tabel 4. 6 Composite Reallibility	60
Tabel 4. 7 Path Coeffisient.....	61
Tabel 4. 8 R – Square	62
Tabel 4. 9 Goodness of Fit (GoF).....	62
Tabel 4. 10 Koefisien Jalur	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	31
Gambar 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Gambar 4. 2 Karakteristik Berdasarkan usia	48
Gambar 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	49
Gambar 4. 4 Hasil Pengolahan Data Tahap 1	50
Gambar 4. 5 Hasil Pengolahan Data Tahap II	53
Gambar 4. 6 Hasil Pengolahan Data Tahap III	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Tabulasi Kuesioner.....	72
Lampiran 2 Model Penelitian Tahap I.....	98
Lampiran 3 Model Penelitian Tahap II	104
Lampiran 4 Model Penelitian Tahap III	105
Lampiran 5 Outer loading tahap I	106
Lampiran 6 Outer loading tahap I	108
Lampiran 7 Outer loading tahap III.....	110
Lampiran 8 Validitas Diskriminan	111
Lampiran 9 Validitas Konvergen.....	112
Lampiran 10 Composite reability.....	112
Lampiran 11 Path Coefficient.....	112
Lampiran 12 R-Squere	113
Lampiran 13 Goodness Of Fit	113
Lampiran 14 Koefisien Jalur	113
Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup.....	114

***The Influence Of Cashback Programs, Price Discounts, And Customer Reviews
On Purchase Interest Study Of Digital Shopee Application Users In Upb
Cikarang Students***

Sandi Rubiyantoro¹⁾
Kuwat Riyanto²⁾

Abstract

This research was conducted to test the effect of cashback programs, price discounts, and customer reviews on customer purchasing interest. Increasingly developing technology makes online buying and selling activities increasingly popular among the public. Then science and technology also influence people's consumption behavior in consuming goods and services. Changes in people's consumption patterns can be seen in the attitude of consumerism, and making consumption a lifestyle by paying attention to prestige and image. The object of this research is the Shopee online shopping application. Researchers chose this object because consumers have high purchasing interest, even though there are many other applications that are better and cheaper. What variables have a significant influence on buying interest. The independent variable in this research is Cashback. Price discounts, and customer reviews. Meanwhile, the dependent variable is buying interest. The population in this study were Pelita Bangsa University regular weekend class students, class of 2020. In this study, instrument tests, classical assumption tests, multiple regression tests, coefficient of determination tests and T tests were used.

Keywords : Cashback, Price discount, online costomer review, interested in buying

PENGARUH PROGRAM CASHBACK, DISKON HARGA, DAN ULASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI STUDI PENGGUNA APLIKASI DIGITAL SHOPEE PADA MAHASISWA UPB CIKARANG

Sandi Rubiyantoro¹⁾

Kuwat Riyanto²⁾

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh program cashback, diskon harga, dan ulasan pelanggan terhadap minat beli pelanggan. Teknologi yang semakin berkembang menjadikan kegiatan jual-beli online semakin populer di kalangan masyarakat. Kemudian ilmu pengetahuan dan teknologi juga mempengaruhi pada perilaku konsumsi masyarakat untuk mengkonsumsi barang dan jasa. Perubahan pola konsumsi masyarakat terlihat pada sikap konsumerisme, dan membuat konsumsi sebagai salah satu gaya hidup dengan memperhatikan prestise dan pencitraan. Objek penelitian ini adalah aplikasi belanja online Shopee. Peneliti memilih objek tersebut karena objek tersebut minat beli konsumennya tinggi, walaupun banyak aplikasi lain yang lebih bagus dan lebih murah. Variabel apa yang berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Cashback. Diskon harga, dan Ulasan pelanggan. Sedangkan variabel dependennya minat beli. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa universitas pelita bangsa kelas reguler weekend tahun angkatan 2020. Dalam penelitian ini menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, uji regresi berganda, uji koefisien determinasi dan uji T.

Kata kunci : Program Cashback, Diskon harga, Ulasan Pelanggan, minat beli

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Teknologi yang semakin berkembang menjadikan kegiatan jual-beli online semakin populer di kalangan masyarakat. Kemudian ilmu pengetahuan dan teknologi juga mempengaruhi pada perilaku konsumsi masyarakat untuk mengkonsumsi barang dan jasa. Perubahan pola konsumsi masyarakat terlihat pada sikap konsumerisme, dan membuat konsumsi sebagai salah satu gaya hidup dengan memperhatikan prestise dan pencitraan. Hal itu akibat dari era revolusi 4.0 yang mengalami perubahan pada penjualan produk dengan memanfaatkan teknologi berupa digital economy, artificial intelligence, big data, dan robotic. Dilihat dari perkembangannya kebanyakan orang sekarang menggunakan teknologi dalam bertransaksi, seperti contohnya mereka membeli barang tidak perlu repot-repot untuk mendatangi atau bertemu langsung dengan penjual. (Ni Wayan Widhiasthini : 2020)

Berdasarkan kesimpulan dari (Abimanyu et al., 2023) menyimpulkan bahwa Cashback yang diharapkan pelanggan adalah jumlah pengembalian yang sesuai dengan spesifikasi dan telah disepakati oleh pelaku usaha, kesesuaian jumlah pengembalian dana dari yang dijamin pelanggan saat membeli item produk, dan kecepatan pengiriman. pengembalian dana; semakin cepat waktu yang ditentukan maka pelanggan akan semakin puas dengan jenis promosi yang ditawarkan.

Diskon yang diharapkan klien, seperti menawarkan diskon yang mendorong minat beli, memberi harga diskon sesuai dengan kualitas produk, memberlakukan pembatasan yang wajar atas ketersediaan diskon, dan mengkomunikasikan dengan jelas kapan diskon ditawarkan (Alghifari, 2021). Selanjutnya untuk metode pembayaran yang diharapkan konsumen yaitu metode pembayaran yang memberikan kemudahan, efektif, dan meminimalisir penipuan (Handayani, 2021).

Ulasan produk oleh pelanggan kerap dijadikan bahan pertimbangan untuk melakukan keputusan pembelian di marketplace. Menurut kamus Collins (2018), ulasan pelanggan adalah sebuah laporan di sebuah media di mana seseorang