



# **UNIVERSITAS PGRI ADIBUANA SURABAYA**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PROMOSI, DISKON HARGA, DAN  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA PT. SHOPEE INDONESIA  
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Adi  
Buana Surabaya Prodi Manajemen Angkatan  
2019)**

Shinta Ratna Sari  
191500009

Dosen pembimbing  
Bisma Arianto, S.E., M.M.

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2023

**PENGARUH PROMOSI, DISKON HARGA, DAN PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. SHOPEE  
INDONESIA**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan  
2019 Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**SHINTA RATNA SARI  
191500009**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Diskon Harga, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Shopee Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Prodi Manajemen Angkatan 2019)

Identitas Mahasiswa

Nama : Shinta Ratna Sari  
NIM : 191500009  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Tanggal : 28 Februari 2023

Dosen Pembimbing,



**Bisma Arianto, SE., M.M**  
NPP. 1302663/DY

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : " Pengaruh Promosi, Diskon Harga Dan Pelayanan Terhadap Pembelian Pada PT.Shopee Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Prodi Manajemen Angkatan 2019)"

### Identitas Mahasiswa

Nama : Shinta Ratna Sari  
NIM : 191500009  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Alamat Email : [shintaratna015@gmail.com](mailto:shintaratna015@gmail.com)

Surabaya, 12 April 2023



I Made Bagus Dwa, S.E., M.M  
NPP: 0109398/DY

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Bisma Arianto".

Bisma Arianto, S.E., M.M  
NPP: 1302663/DY



Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM.  
NPP: 0709494/DY

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Shinta Ratna Sari

NIM : 191500009

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana  
Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul: "Pengaruh Promosi, Diskon Harga, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Shopee Indonesia" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2022/2023 bersifat orional.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

Surabaya, 16 Maret 2023

Mahasiswa,



Shinta Ratna Sari

191500009

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh panitia Ujian Skripsi Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya:

Nama : Shinta Ratna Sari

NIM : 191500009

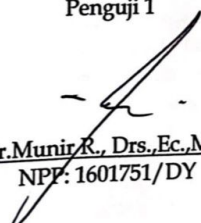
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Diskon Harga, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Shopee Indonesia (Studi kasus mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Prodi Manajemen Angkatan 2019)

Hari : Jum'at

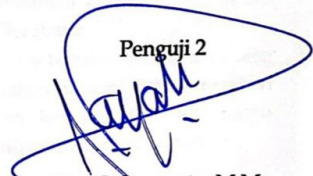
Tanggal : 31 Maret

Tahun : 2023

Penguji 1

  
Dr. Munir R., Drs., Ec., M.Si  
NPP: 1601751/DY

Penguji 2

  
Drs. Suharyanto, M.M.  
NPP: 6101403/DY

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Promosi, Diskon Harga, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Shopee Indonesia"

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Namun penulis tetap berharap semoga skripsi ini bisa berguna untuk penulis selanjutnya.

Mulai dari penyusunan skripsi ini adalah berkat adanya bimbingan, bantuan, serta dorongan dari berbagai pihak. Maka dikesempatan ini dengan penuh hormat, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Hartono, M.Si sebagai Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E., MPD, MSM sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta S.E., M.M sebagai ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak Bisma Arianto, SE., M.M sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberi mimbingan, pengarahan, dan koreksi serta membantu selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai

5. Bapak/Ibu dosen pengajar Program Studi S1 Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
6. Kepada keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan semangat dan doa terhadap penulis sampai penulis bisa menyelesaikan penelitian ini.
7. Dan terima kasih kepada partner saya yang sudah menyemangati dan membantu selama mengerjakan skripsi selama 3 Bulan lebih A\_S

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dalam isi maupun penyusunan mohon kritik dan saean untuk menyempurnakan skripsi ini dari semua pihak. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca.

Surabaya, 16 Maret 2023



Penulis



## **MOTTO**

**“Belajar Bersyukur Daripada Terus Mengeluh”**

## ABSTRAK

Perkembangan E-commerce di Indonesia terus berkembang dan meningkat, khususnya pada aplikasi E-commerce shopee dimana Indonesia sebagai negara yang orangnya malas untuk keluar rumah atau bisa dibilang selalu mencari hal yang simpel. Dengan adanya e-commerce di aplikasi shopee bertujuan untuk menganalisa pengaruh promosi, diskon harga, dan pelayanan terhadap pembelian pada PT. Shopee pada Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Sampel pada penelitian ini sejumlah 225 responden, teknik pengambilan sampelya itu *probability sampling* dengan metode *proportionate stratified random sampling*. Data diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada responden dengan skala likert. Hasil dari penelitian ini pengaruh promosi, diskon harga, dan pelayanan terhadap pembelian pada PT. Shopee pada Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Kata kunci : Pengaruh Promosi, Diskon harga. Dan Pelayanan Terhadap Pembelian

## **ABSTRACT**

*The development of E-commerce in Indonesia continues to grow and improve, especially in the Shopee E-commerce application where Indonesia is a country where people are lazy to leave the house or you can say they are always looking for simple things. The existence of e-commerce in the shopee application aims to analyze the effect of promotions, price discounts, and services on purchases at PT. Shopee on Management Students at PGRI Adi Buana University Surabaya. The sample in this study was 225 respondents, the sampling technique was probability sampling with the proportionate stratified random sampling method. The data were obtained from questionnaires distributed to respondents with a Likert scale. The results of this study the influence of promotions, price discounts, and services on purchases at PT. Shopee on Management Students at PGRI Adi Buana University Surabaya*

*Keywords : Effect of Promotions, Price Discounts. And Services Against Purchasing*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Fungsi Pemasaran.....	14
2.2.2 Pengertian Promosi.....	15
2.2.3 Macam dan jenis promosi.....	16
2.2.4 Tujuan Promosi.....	19

2.2.5 Indikator Promosi.....	19
2.2.6 Diskon Harga.....	19
2.2.6.1 Pengertian Diskon.....	19
2.2.6.2 Tujuan Diskon Harga.....	20
2.2.6.3 Indikator Diskon Harga.....	20
2.2.7 Pelayanan.....	21
2.2.7.1 Pengertian pelayanan.....	21
2.2.7.2 Indikator Pelayanan.....	21
2.2.7.3 Tujuan Pelayanan.....	23
2.2.8 Keputusan Pembelian.....	23
2.2.8.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
2.2.8.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	24
2.2.8.3 Indikator keputusan Pembelian.....	26
2.3 Hubungan Antara Variabel.....	26
2.4 Kerangka konseptual.....	29
2.5 Hipotesis.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	31
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel.....	34
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.3.1 Jenis Data.....	36
3.3.2 Sumber Data.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	38
3.5.1 Variabel Penelitian.....	38
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.6 Teknik Analisis Data.....	40
3.6.1 Instrumen Pengujian Penelitian.....	40
3.6.1.1 Uji Validitas.....	40
3.6.1.2 Uji Realibilitas.....	41
3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	41
3.6.2.1 Uji Normalitas.....	41
3.6.2.2 Uji Multikolineritas.....	42
3.6.2.4 Uji Autokorelasi.....	42
3.6.3 Analisa Regresi Linear Berganda.....	43
3.6.4 Pengujian Hipotesis.....	43
3.6.4.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t).....	43
3.6.4.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji-F).....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	45
4.1.1 Gambaran Umum Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2019.....	45
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Program Studi Manajemen.....	46
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	47
4.2.1 Karakteristik Responden.....	47
4.2.2 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	49
4.2.3 Pengujian Instrumen Penelitian.....	60
4.2.4 Hasil Uji Validitas.....	60
4.2.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	70
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	71

4.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	71
4.3.2 Hasil Uji Multikolinieritas.....	72
4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	73
4.3.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	74
4.4 Pengujian Hipotesis.....	76
4.4.1 Hasil Uji t (Regresi Persial).....	76
4.4.2 Hasil Uji F (Regresi Simultan).....	76
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	77
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Teknik Pengambilan Sampel.....	36
Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i> .....	38
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Variabel Pengaruh Promosi Visioner (X1).....	50
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Variabel Pengaruh Promosi.....	50
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel Pengaruh Promosi.....	51
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel Diskon Harga.....	52
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Variabel Diskon Harga.....	53
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Variabel Diskon Harga.....	53
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Variabel Pelayanan (X3).....	54
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Variabel Pelayanan (X3).....	55
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Variabel Pelayanan (X3).....	56
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Variabel Pelayanan (X3).....	56
Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	57
Tabel 4. 14 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	58
Tabel 4. 15 Distribusi Frekuensi Variabel.....	59
Tabel 4. 16 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	59
Tabel 4. 17 Hasil Uji Validitas Variabel Pesan Promosi (X <sub>1</sub> ).....	61
Tabel 4. 18 Hasil Uji Validitas Variabel Media Promosi (X <sub>1</sub> ).....	61
Tabel 4. 19 Hasil Uji Validitas Variabel Waktu Promosi (X <sub>1</sub> ).....	62
Tabel 4. 20 Hasil Uji Validitas Variabel Besar Potongan (X <sub>2</sub> ).....	63
Tabel 4. 21 Hasil Uji Validitas Variabel Masa Potongan Harga (X <sub>2</sub> ) .....	64
Tabel 4. 22 Hasil Uji Validitas Variabel Jenis Produk Yang Mendapatkan Potongan (X <sub>2</sub> ).....	64



Tabel 4. 23 Hasil Uji Validitas Variabel Rangkaian Kegiatan Pelayanan ( $X_3$ ).....	65
Tabel 4. 24 Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi Pelayanan Antara Konsumen Dengan Penjual ( $X_3$ ).....	66
Tabel 4. 25 Hasil Uji Validitas Variabel Melayani Dan Memberikan Pelayanan ( $X_3$ ).....	66
Tabel 4. 26 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan Kepuasan Terhadap Pembeli ( $X_3$ ).....	67
Tabel 4. 27 Hasil Uji Validitas Variabel Masalah Keputusan Pembelian (Y).....	68
Tabel 4. 28 Hasil Uji Validitas Variabel Manfaat Metode Pembelian (Y).....	68
Tabel 4. 29 Hasil Uji Validitas Variabel Ketepatan Dalam Membeli Produk (Y).....	69
Tabel 4. 30 Hasil Uji Validitas Variabel Pembelian Berulang (Y)..	69
Tabel 4. 31 Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 4. 32 Hasil Uji Normalitas.....	71
Tabel 4. 33 Hasil Uji Multikolinieritas.....	72
Tabel 4. 34 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	73
Tabel 4. 35 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	74
Tabel 4. 36 Hasil Uji T.....	76
Tabel 4. 37 Hasil Uji F.....	77

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	29
Gambar 2. 2 Rancangan Penelitian.....	33

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Berita Bimbingan Skripsi.....	66
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian.....	67
Lampiran 3 Daftar Hadir Ujian Proposal.....	68
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	69