

**PENGARUH DISKON, ONLINE COSTUMER REVIEW, DAN VIRAL
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN E-COMMERCE SHOPEE
KOTA JAKARTA**

SKRIPSI



Oleh :

Musarel

NIM : 43117120044

PROGRAM STUDI MANAJEMEN JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

**PENGARUH DISKON, ONLINE COSTUMER REVIEW, DAN VIRAL
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN E-COMMERCE SHOPEE
KOTA JAKARTA**

HALAMAN JUDUL

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu
Buana Jakarta.



Oleh :
Musarel
NIM : 43117120044

PROGRAM STUDI MANAJEMEN JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA 2023

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Musarel

NIM : 43117120044

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 28 November 2023



Musarel

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Musarel
NIM : 43117120044
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Diskon, Online Costumer Review, dan Viral Marketing
Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Kota Jakarta
Tanggal Sidang : 20 Desember 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. H. Sonny Indrajaya, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 01243374



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH DISKON, ONLINE COSTUMER REVIEW, DAN VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE KOTA JAKARTA”**. Penulisan skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti mendapat bantuan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan penelitian ini, dengan segala kerendahan hati peneliti ingin mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan, memberikan semangat yang tiada hentinya dan saran-saran beserta motivasi kepada peneliti sehingga penelitian ini dapat tersusun dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Terima kasih kepada kedua Orang Tua saya tercinta dengan kasih sayang yang tak terhingga dan support yang tiada henti dalam memberikan do'a dan motivasi yang telah diberikan selama ini.
5. Terima Kasih kepada dosen-dosen Pengajar dan juga Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sangat baik dalam memberikan pengetahuan dan membantu melayani para mahasiswa.

6. Seluruh Teman-teman Manajemen S1 FEB Universitas Mercu Buana angkatan 2018 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 28 November 2023

Musarel
NIM : 4311712004



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh diskon, online customer review, dan viral marketing terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee kota Jakarta. Desain penelitian menggunakan kuantitatif. Teknik pengambilan sample menggunakan purposive sampling pada 117 responden. Metode analisis yang digunakan yaitu *structural equation modeling (SEM)* dan pengolahan data menggunakan *partial least square (PLS)* melalui *software statistic SmartPLS4*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Online customer review berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Viral marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Diskon, Online Customer Review, Viral marketing, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study was conducted to analyze the effect of discounts, online customer reviews, and viral marketing on purchasing decisions at Shopee e-commerce in the city of Jakarta. The research design uses quantitative. The sampling technique used purposive sampling on 117 respondents. The analytical method used is structural equation modeling (SEM) and data processing using partial least squares (PLS) technique through the smartpls4 statistical software. The results of the study show that discounts have a positive and significant effect on purchasing decisions. online customer reviews has a positive and significant effect on purchasing decisions. viral marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *discounts online customer reviews, viral marketing, Purchasing Decisions.*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kontribusi Penelitian	8
1. Kontribusi Praktis	8
2. Kontribusi Teoris	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
A. Kajian Teori	9
1. E-Commerce	9
a. Pengertian E-Commerce	9
b. Jenis-jenis E-Commerce	9
2. Perilaku Konsumen	11
a. Pengertian Perilaku Konsumen	11
b. Model Perilaku Konsumen	12
c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	12
3. Keputusan Pembelian	13
a. Pengertian Keputusan Pembelian	13
b. Dimensi Keputusan Pembelian	14
c. Proses Keputusan Pembelian	15
d. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	16
e. Indikator Keputusan Pembelian	17
4. Diskon	18
a. Pengertian Diskon	18
b. Jenis-jenis Diskon	19

c. Tujuan Penetapan Diskon	19
d. Strategi Penetapan Diskon.....	20
e. Dimensi Pengukur Diskon	20
5. Online Costumer Review	21
a. Pengertian Online Costumer Review.....	21
b. Syarat Online Costumer Review	21
6. Viral Marketing.....	23
a. Pengertian Viral Marketing	23
b. Aspek Viral Marketing	24
c. Karakteristik Viral Marketing.....	24
d. Komponen Viral Marketing.....	26
e. Indikator Viral Marketing	27
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Hubungan Antar Variabel	34
1. Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2. Pengaruh Online Costumer Review Terhadap Keputusan pembelian.....	35
3. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian	35
D. Pengembangan Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
B. Jenis Penelitian.....	38
C. Defenisi dan Operasional Variabel.....	38
1. Definisi Operasional	38
2. Definisi Variabel.....	38
3. Operasionalisasi Variabel	39
D. Skala Pengukuran Variabel.....	41
E. Populasi dan Sampel penelitian	41
1. Defenisi Populasi	41
2. Defenisi sampel.....	42
F. Jenis Data Penelitian	42
G. Teknik Pengumpulan Data	43
H. Metode Analisis Data	44
1. Analisis Deskriptif	44
2. SEM (Structural Equation Modeling) – PLS (Partial Least Square).....	44

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Gambaran Umum Perusahaan	49
B. Analisis Deskriptif	50
1. Karakteristik Responden	50
2. Deskriptif Jawaban Responden.....	53
C. Analisis Partial Least Square	57
1. Model Pengukuran (Outer Model).....	57
2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	64
D. Pembahasan Hasil Penelitian	68
1. Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian	68
2. Pengaruh Online Costumer Review Terhadap Keputusan Pembelian.....	69
3. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
BAB V PENUTUP	72
A. Simpulan	72
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN	79



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

TABEL 1. 1 DATA PRA SURVEY.....	5
TABEL 2. 1 PENELITIAN TERDAHULU.....	28
TABEL 3. 1 DEFENISI OPERASIONAL VARIABEL.....	40
TABEL 3. 2 SKALA LIKERT.....	41
TABEL 4. 1 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN.....	51
TABEL 4. 2 KARAKTERISITIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA.....	51
TABEL 4. 3 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PENDIDIKANTERAKHIR.....	52
TABEL 4. 4 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN SAAT INI.....	52
TABEL 4. 5 UJI DESKRIPTIF JAWABAN RESPONDEN BERDASARKAN VARIABEL DISKON.....	53
TABEL 4. 6 UJI DESKRIPTIF JAWABAN KUESIONER BERDASARKAN VARIABEL ONLINE COSTUMER REVIEW.....	54
TABEL 4. 7 UJI DESKRIPTIF JAWABAN KUESIONER BERDASARKAN VARIABEL VIRAL MARKETING.....	55
TABEL 4. 8 UJI DESKRIPTIF JAWABAN KUESIONER BERDASARKAN VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	56
TABEL 4. 9 CONVERGENT VALIDITY (BELUM VALID).....	58
TABEL 4. 10 CONVERGENT VALIDITY (VALID).....	59
TABEL 4. 11 CROSS LOADING.....	61
TABEL 4. 12 FORNELL-LARCKER CRITERION.....	61
TABEL 4. 13 AVERAGE VARIANCE EXTRACTED (AVE).....	62
TABEL 4. 14 COMPOSITE RELIABILITY.....	63
TABEL 4. 15 CRONBACH ALPHA.....	64
TABEL 4. 16 KOEFISIEN DETERMINASI.....	64
TABEL 4. 17 HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS.....	66
TABEL 4. 18 PREDICTIVE RELEVANCE (Q ²).....	68

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. 1 PROYEKSI PENJUALAN E-COMMERCE DI ASIA TENGGARA PADA 2021	2
GAMBAR 1. 2 E-COMMERCE DENGAN PENGUNJUNG WEB BULANAN TERTINGGI (KUARTAL III 2021)	4
GAMBAR 2. 1 PENGEMBANGAN HIPOTESIS	37
GAMBAR 4. 1 LOGO PERUSAHAAN	37
GAMBAR 4. 2 HASIL UJI VALIDITAS (BELUM VALID).....	58
GAMBAR 4. 3 HASIL UJI VALIDITAS (VALID).....	58
GAMBAR 4. 4 HASIL UJI BOOTSTRAPING.....	59

