

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GEN Z TERHADAP
DISKON, PROMOSI, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN DI
*MARKETPLACE SHOPEE***

**(Studi Pada Mahasiswa/i Program Studi Manajemen Universitas Mercu
Buana Meruya)**

SKRIPSI



Oleh:

NAMA : MUHAMAD ROBBY FIRLYANA

NIM : 43120010400

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2024

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GEN Z TERHADAP
DISKON, PROMOSI, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN DI
MARKETPLACE SHOPEE**

**(Studi Pada Mahasiswa/i Program Studi Manajemen Universitas Mercu
Buana Meruya)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Mercu Buana



UNIVERSITAS
NAMA : MUHAMAD ROBBY FIRLYANA
MERCU BUANA
NIM : 43120010400

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Robby Firlyana

NIM : 43120010400

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri dengan bimbingan dosen pembimbing. Apabila saya mengutip hasil karya orang lain, maka saya 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 Jakarta, 8 Agustus 2024
MERCU BUANA



Muhamad Robby Firlyana

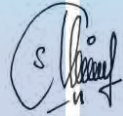
NIM 43120010400

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhamad Robby Firlyana
NIM : 43120010400
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GEN Z TERHADAP DISKON, PROMOSI, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN DI MARKETPLACE SHOPEE.
Tanggal Sidang : 05 September 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244519



Please Scan QRCode to [Verify](#)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Diskon, Promosi dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di *marketplace* Shopee pada Gen Z. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif. Metode penelitian ini dilakukan dengan analisis memakai *software* Partial Least Square (Smart-PLS) versi 4.1.0.6 dengan sampel yang digunakan sebanyak 200 responden Gen Z yang dimana merupakan Mahasiswa/I Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Meruya dengan metode pengambilan sample menggunakan purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian tetapi Kepercayaan Konsumen berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Diskon, Promosi, Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of discounts, promotions and consumer trust on purchasing decisions in the Shopee marketplace for Gen Z. The type of research used in this research is quantitative and the research method used is descriptive analysis. This research method was carried out by analysis using Partial Least Square (Smart-PLS) software version 4.1.0.6 with a sample of 200 respondents Gen Z who are students of the Management Study Program at Mercu Buana Meruya University using a sampling method using purposive sampling. The results of this research show that Discounts have a positive and significant effect on Purchasing Decisions, Promotions have a positive and significant effect on Purchasing Decisions but Consumer Trust has a negative and insignificant effect on Purchasing Decisions.

Keywords: *Discounts, Promotions, Consumer Confidence and Purchasing Decisions.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “**Analisis Keputusan Pembelian Pada GEN Z Terhadap Diskon, Promosi, dan Kepercayaan Konsumen di *Marketplace* Shopee (Studi pada Mahasiswa/i Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Meruya)**”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini terutama kepada:

1. Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
2. Bapak Prof Dr. Andi Andriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

5. Bapak Muhamad, S.E., M.M., selaku Dosen Mata Kuliah Tugas Akhir yang memberikan arahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini
6. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu.
7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB Meruya angkatan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
9. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi

ini dapat bermanfaat dan berguna untuk menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 27 Juni 2023

MUHAMAD ROBBY FIRLYANA



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENIDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kontribusi Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Pustaka	14
1. Manajemen Pemasaran	14
2. Keputusan Pembelian	15
3. Diskon	20
4. Promosi	24
5. Kepercayaan Konsumen	28
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Pengembangan Hipotesis	40
D. Kerangka Pemikiran	42
BAB III METODE PENELITIAN	44

A.	Waktu dan Tempat Penelitian	44
B.	Desain Penelitian	44
C.	Definisi dan Operasional Variabel	45
1.	Definisi Operasional Variabel	45
D.	Skala Pengukuran Variabel	51
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	52
1.	Populasi Penelitian	52
2.	Sampel Penelitian	53
F.	Metode Pengumpulan Data	54
G.	Metode Analisis Data	55
1.	Statistik Deskriptif	56
2.	Uji Instrumen	57
3.	Partial Least Square (PLS)	58
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	63
A.	Analisis Deskriptif	63
1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	63
2.	Deskripsi Responden	65
3.	Deskripsi Variabel	68
B.	Analisis Partial Least Square	73
1.	Evaluasi Measurement Model (Outerr Model)	73
2.	Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model)	82
C.	Pembahasan Hasil Penelitian	87
1.	Pengaruh Diskon terhadap Keputusan Pembelian	87
2.	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	87
3.	Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	88
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	90
A.	Kesimpulan	90
B.	Saran	91
	DAFTAR PUSTAKA	94
	LAMPIRAN	97

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Hasil Pra Survei 2023	9
2.1	Penelitian Terdahulu	32
3.1	Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian	66
3.2	Definisi Operasional Variabel Diskon	67
3.3	Definisi Operasional Variabel Promosi	68
3.4	Definisi Operasional Variabel Kepercayaan Konsumen	69
3.5	Instrumen Skala Likert	71
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	83
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	83
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	84
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	85
4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Diskon	86
4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi	87
4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan Konsumen	88
4.8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	90
4.9	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	91
4.10	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	95
4.11	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	97
4.12	Hasil Uji <i>Discriminant-Validity (Fornell-Larcker Criterion)</i>	98
4.13	Hasil Uji <i>Discriminant-Validity</i> Uji Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	98

4.14	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	99
4.15	Hasill Uji Nilai <i>R-Square</i>	100
4.16	Hasil Uji Hipotesis	101
4.17	Hasil Uji Hipotesis <i>Normed Fit Index</i> (NFI)	103
4.18	Hasil Uji Hipotesis <i>Standardized Root Mean Square Residual</i> (SRMR)	104



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Alasan Konsumen Berbelanja Online	2
1.2	Situs <i>e-commerce</i> dengan jumlah pengunjung terbanyak	5
1.3	Lapak Online Favorite Gen Z	7
1.1	Kerangka Konseptual	43
4.1	Hasil Algoritma PLS	92
4.2	Hasil Uji P-Value <i>Boostrapping</i>	102



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Pra Survei	113
2	Kuesioner Penelitian	116
3	Hasil Output SPSS 25	121
4	Hasil Olahan Data SEM-PLS 4.1.0.6	125
5	Jawaban Responden	132



UNIVERSITAS
MERCU BUANA