

**PENGARUH DISKON, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-
COMMERCE SHOPEE**

SKRIPSI



Nama : Qemhal Haritskhayru

NIM : 43117210048

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2021

**PENGARUH DISKON, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-
COMMERCE SHOPEE**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana

Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Qemhal Haritskhayru
NIM : 43117210048

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**


JAKARTA

2021

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Qemhal Haritskhayru
NIM : 43117210048
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Diskon, Kepercayaan, dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee
Tanggal Sidang : 4 Agustus 2021

Disahkan oleh :
Pembimbing



Dr. Parwoto, ST., MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Ketua Program Studi S1



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA
08210211



Please Scan
QRCode to
Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Qemhal Haritskhayru

NIM : 43117210048

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari 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).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS Jakarta, 6 Agustus 2021
MERCU BUANA



Qemhal Haritskhayru

43117210048

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diskon, kepercayaan, dan kemudahan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan sampelnya berjumlah 100 yang merupakan konsumen Shopee di wilayah Kecamatan Gunung Putri, Kabupaten Bogor. Menggunakan metode *purposive sampling* dan data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan *software* SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan indikator besaran diskon yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan indikator sistem transaksi yang aman yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan indikator metode dan prosedur pembayaran yang mudah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Diskon, Kepercayaan, Kemudahan, Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of discount, trust, and ease of use on purchasing decisions at Shopee e-commerce. This study used quantitative methods and the sample consisted of 100 Shopee consumers in the Gunung Putri District, Bogor Regency. Using purposive sampling method and the data obtained were analyzed using SPSS software. The results of this study indicate that discounts have a positive and significant effect on purchasing decisions with the indicator of how big is the discount that has the most influence on purchasing decisions. Trust has a positive and significant effect on purchasing decisions with indicators of a safe transaction system that has the most influence on purchasing decisions. And convenience has a positive and significant effect on purchasing decisions with indicators of easy payment methods and procedures that have the most influence on purchasing decisions.

Keywords : Discount, Trust, Ease of Use, Purchasing Decision



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Diskon, Kepercayaan, dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian pada *E-commerce* Shopee”**. Laporan proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi 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 kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Nur Aisyah F. Pulungan, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Parwoto, ST, MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
6. Bapak Supriyatno, S.Sos., MM, selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Ibu Rachi Titi Ramadhani Sari, SE, MM, selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
8. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan

kepada kami. Semoga di hadapan Allah Subhanahu wa Ta'ala menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.

9. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
10. 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 proposal skripsi ini. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 6 Agustus 2021

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Qemhal Haritskhayru

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Kontribusi Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PENELITIAN, DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	14
1. <i>E-commerce</i>	14
2. Teori <i>Demand</i>	16
3. Perilaku Konsumen	17
4. Keputusan Pembelian	19
5. Diskon	25
6. Kepercayaan	28
7. Kemudahan	32
8. Penelitian Terdahulu.....	35
B. Rerangka Konseptual	39
1. Hubungan Diskon dengan Keputusan Pembelian.....	39
2. Hubungan Kepercayaan dengan Keputusan Pembelian.....	39
3. Hubungan Kemudahan dengan Keputusan Pembelian.....	40
C. Hipotesis Penelitian.....	42

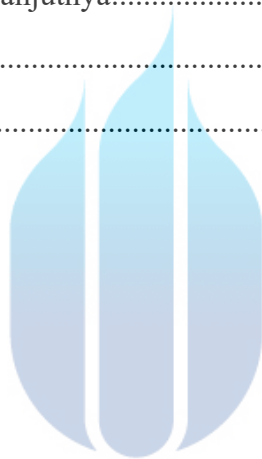
BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Wilayah Penelitian.....	43
B. Desain Penelitian.....	43
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	43
1. Definisi Variabel	43
2. Operasional Variabel.....	44
D. Skala Pengukuran Variabel	46
E. Populasi dan Sampel.....	47
1. Populasi	47
2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	48
F. Sumber Data.....	49
1. Data Primer.....	49
2. Data Sekunder	50
G. Teknik Pengumpulan Data	50
1. Kuesioner	50
2. Kepustakaan	51
H. Metode Analisis Data	51
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	51
2. Uji Asumsi Klasik.....	52
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
4. Koefisien Determinasi (R^2).....	56
5. Uji Hipotesis.....	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	60
1. Profil Singkat Perusahaan.....	60
2. Visi dan Misi.....	62
B. Statistik Deskriptif.....	62
1. Deskripsi Responden.....	62
2. Deskripsi Variabel.....	65
C. Uji Instrumen.....	69
1. Hasil Uji Validitas.....	69
2. Hasil Uji Reliabilitaas.....	71
D. Uji Asumsi Klasik.....	72
1. Hasil Uji Normalitas.....	72
2. Hasil Uji Multikolonieritas.....	73
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	74
E. Uji Regresi Linier Berganda.....	75
F. Uji Hipotesis.....	76
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	76

2. Hasil Uji Simultan (F).....	77
3. Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (T).....	77
G. Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
1. Pengaruh Diskon terhadap Keputusan Pembelian.....	79
2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian.....	80
3. Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian.....	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	83
B. Saran.....	83
1. Saran Bagi Perusahaan.....	83
2. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	89



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	<i>Gross Merchandise Value</i> Shopee 2015-2019.....	5
1.2	Tabel Hasil Pra-Survei terhadap <i>Marketplace</i> Shopee.....	7
1.3	Survei Mengapa Orang Tidak Belanja Online.....	9
2.1	Jenis-Jenis Diskon Shopee.....	27
2.2	Fasilitas Kepercayaan Shopee.....	29
2.3	Fasilitas Kemudahan Shopee.....	32
2.4	Penelitian Terdahulu.....	35
3.1	Tabel Operasional Variabel.....	45
3.2	Tabel Skala Likert.....	47
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	63
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	63
4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	65
4.6	Hasil Uji Deskriptif Variabel Diskon.....	66
4.7	Hasil Uji Deskriptif Variabel Kepercayaan.....	66
4.8	Hasil Uji Deskriptif Variabel Kemudahan.....	67
4.9	Hasil Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	68
4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Diskon.....	69
4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	69
4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan.....	70
4.13	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	70
4.14	Hasil Uji Reliabilitas.....	71
4.15	Hasil Uji Normalitas.....	73
4.16	Hasil Uji Multikolonieritas.....	73

4.17	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	75
4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	76
4.19	Hasil Uji F.....	77
4.20	Hasil Uji T.....	78



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	<i>Top E-commerce Ranging Playstore 2017-2019</i>	5
2.1	Kurva Permintaan Barang.....	17
2.2	Rerangka Konseptual.....	41
4.1	Logo Shopee.....	60
4.2	P-Plot Uji Normalitas.....	72
4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	74



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner.....	89
2	Hasil Kuesioner.....	93
3	Hasil Olah Data SPSS.....	103



UNIVERSITAS
MERCU BUANA