



PENGARUH PROGRAM *FLASH SALE* DAN *TAGLINE* GRATIS ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA DI JAKARTA

Oleh:

Nama: Ubaidullah Rafie

NIM : 78200347

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi bisnis

Konsentrasi Bisnis Digital



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

April 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

**PENGARUH PROGRAM *FLASH SALE* DAN *TAGLINE GRATIS*
ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA DI JAKARTA**

Diajukan Oleh:

Nama: Ubaidullah Rafie

NIM : 78200347

Jakarta, 4 April 2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing

(Ir. Liaw Bun Fa, S.E.,MM)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA, 2024



ABSTRAK

Ubaidullah Rafie/ 78200347/ Pengaruh Program *Flash Sale* dan *Tagline* Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Tokopedia di Jakarta/ Pembimbing: Ir. Liaw Bun Fa, S.E.,MM

Kemajuan teknologi yang terus berkembang memiliki dampak positif, terutama dalam bidang perdagangan. Internet telah menyederhanakan sistem perdagangan, memungkinkan orang untuk tidak perlu datang langsung ke toko untuk memenuhi kebutuhan mereka.. Tokopedia menjadi salah satu *Markertplace* yang paling disukai oleh konsumen, karena fitur-fitur yang dihadirkan oleh Tokopedia lebih interaktif dan tema yang selalu berbeda tiap momen. Namun hal ini tidak lepas dari strategi Tokopedia dalam memberikan program yang menarik kepada pelanggannya. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut dalam suatu bentuk kajian penelitian yang berjudul “Pengaruh Program *Flash Sale* dan *Tagline* Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Tokopedia di Jakarta”.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan kepada judul topik yaitu berkaitan dengan program *Flash Sale* Gratis Ongkos Kirim, dan Keputusan Pembelian . penelitian ini mencakup dua variabel yakni variabel bebas dan variabel terikat. *Flash Sale* (X1) dan *Gratis Ongkos Kirim* (X2) dimaknai sebagai variabel bebas, sementara itu keputusan pembelian (Y) dimaknai sebagai variabel terikat. Maka dari itu, tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Objek penelitian ini adalah Tokopedia, sampel penelitian ini diambil dari 100 responden yang berdomisili di DKI Jakarta dan pernah melakukan transaksi pada marketplace Tokopedia lebih dari satu kali. Penelitian ini mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner melalui google form yang memuat data pertanyaan terkait dengan variabel yang diteliti. Uji hipotesis diadakan secara kuantitatif. Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan reliabilitas, metode analisis linear berganda menggunakan uji F dan t. data diolah menggunakan IBM SPSS 27.

Dari hasil yang diolah menunjukkan bahwa pada asumsi klasik memenuhi syarat normalitas dan uji regresi berpengaruh terhadap variabel terikat, terdapat gejala heteroskedastisitas pada variabel *flash sale* namun tidak terdapat gejala pada variabel *gratis ongkos kirim*, dan tidak ada gejala muktikolinieritas. Hasil penelitian membuktikan responden setuju bahwa program *flash sale* dan *gratis ongkos kirim* pada marketplace Tokopedia baik. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa program *flash sale* dan *gratis ongkos kirim* memberi pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulannya program *flash sale* dan *Tagline* gratis ongkos kirim memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian walaupun masih dipengaruhi oleh beberapa faktor lain. Kedepannya Tokopedia harus tetap menjaga dan melakukan peningkatan terhadap program *flash sale* dan *gratis ongkos kirim* guna meningkatkan keputusan pembelian

Kata Kunci: *Flash Sale*, *Gratis Ongkos Kirim*, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

Ubaidullah Rafie/ 78200347/ *The Influence of Flash Sale Program and Free Shipping Tagline Affect Consumer Purchasing Decisions on Tokopedia Marketplace in Jakarta*/ Advisor: Ir. Liaw Bun Fa, S.E.,MM

Technological advances that continue to develop have a positive impact, especially in the field of trade. The Internet has simplified the trading system, allowing people to not have to come directly to the store to meet their needs. Tokopedia is one of the most preferred Markertplace by consumers, because the features presented by Tokopedia are more interactive and the theme is always different every moment. But this cannot be separated from Tokopedia's strategy in providing attractive programs to its customers. Therefore, researchers are interested in discussing further in a form of research study entitled "Does the Flash Sale Program and Free Shipping Affect Consumer Purchasing Decisions on the Tokopedia Marketplace in Jakarta".

The theory used in this study is based on the title of the topic, which is related to the Flash Sale program, Free Shipping, and Purchase Decisions. This study includes two variables, namely independent variables and dependent variables. Flash Sale (X1) and Free Shipping (X2) are interpreted as independent variables, while purchase decisions (Y) are interpreted as dependent variables. Therefore, the purpose of this study is intended to determine whether or not there is an influence of the relationship between independent variables and dependent variables.

The object of this study is Tokopedia, this research sample was taken from 100 respondents who live in DKI Jakarta and have made transactions on the Tokopedia marketplace more than once. This study collected data through the distribution of questionnaires through google form containing question data related to the variables studied. Test the hypothesis is held quantitatively. Instrument testing using validity and reliability tests, multiple linear analysis methods using F and t tests. Data was processed using IBM SPSS 27.

From the processed results, it shows that the classical assumption satisfies the normality requirements and regression tests affect the dependent variable, there are symptoms of heteroskedasticity in the flash sale variable but there are no symptoms in the free shipping variable, and there are no symptoms of mukticollinearity. The results of the study proved that respondents agreed that the flash sale program and free shipping on the Tokpedia marketplace were good. This research found that flash sale programs and free shipping have a positive influence on purchasing decisions.

In conclusion, flash sale programs and free shipping Tagline have a positive influence on purchasing decisions, although they are still influenced by several other factors. In the future, Tokopedia must continue to maintain and improve the flash sale program and free shipping, to improve purchase decisions.

Key Words: Flash Sale, Free Shipping, Purchasing Decisions



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Segala Puji dan syukur diucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, dan atas izin-Nya dapat terselesaikan skripsi ini secara tepat waktu. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan semoga selalu mendapatkan syafaatnya di hari akhir, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Program *Flash Sale* dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Tokopedia di Jakarta”. Skripsi ini digunakan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi dan *support* dengan baik. Maka dari itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin memberikan rasa ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepadapihak yang terlibat di antaranya adalah sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing Bapak Ir. Liaw Bun Fa, S.E.,MM yang telah membantu dan mengarahkan penulis selama melakukan penyusunan laporan serta memberikan bimbingan tentang prosedur penulisan skripsi.
2. Seluruh dosen dan staff Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan, dan arahan selama proses belajar mengajar.
3. Kepada kedua orang tua peneliti yaitu Ibu Prafitri Maharani dan Bapak Satriawan, serta adik peneliti yaitu Akmal Ataullah dan Dzaky Amrullah yang senantiasa memberikan doa selama proses penyusunan skripsi. Dan berkat dukungan mereka selaku keluarga, selama proses penyusunan skripsi ini dapat



berjalan dengan lancar dan baik. Sedih, dan letih dilewati pada saat penyusunan penelitian ini terhadap diri peneliti, akan tetapi senyum dan perhatian kalian selama ini yang selalu mengingatkan diri peneliti untuk selalu bersemangat dalam menyelesaikannya.

4. Keluarga besar yang selalu memberikan doa dan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi.

5. Kepada Keisha Khairunissa Karnida yang telah memberikan semangat kepada peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini.

6. Kepada seluruh teman-teman penulis yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

7. Diri sendiri karena tidak pernah menyerah hingga titik ini walaupun harus melewati proses naik-turun nya kehidupan di dalam pembuatan skripsi ini.

Atas semua kebaikan yang telah diberikan kepada semua pihak maka skripsi ini telah terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Skripsi ini memang masih jauh dari kesempurnaan, karena kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT. mohon maaf apabila ada salah-salah dalam penulisan. Terima kasih dan semoga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat untuk peneliti selanjutnya dan perkembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 4 April 2024

Ubaidullah Rafie



DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Batasan Penelitian.....	7
1.5 Rumusan Masalah.....	7
1.6 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teoritis.....	10
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.4 Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Objek Penelitian.....	34
3.2 Desain Penelitian.....	35
3.3 Variabel Penelitian.....	38
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	42



3.6 Teknik Analisis Data.....	43
-------------------------------	----

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	51
---	-----------

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
--	----

4.2 Analisis Deskriptif.....	53
------------------------------	----

4.3 Hasil Penelitian	56
----------------------------	----

4.4 Pembahasan	67
----------------------	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
---	-----------

5.1 Kesimpulan	71
----------------------	----

5.2 Saran.....	74
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA	77
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	78
-----------------------	-----------

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Pengunjung Marketplace Di Indonesia Tahun 2023	2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1	Variabel Flash Sale.....	38
Tabel 3.2	Variabel <i>Tagline</i> Ongkos Kirim	39
Tabel 3.3	Variabel Keputusan Pembelian	40
Tabel 3.4	Pernyataan dan Skor Skala Likert.....	43
Tabel 4.1	Screening Responden Berdasarkan Domisili Konsumen Tokopedia.....	54
Tabel 4.2	Screening Responden Berdasarkan Domisili Konsumen Tokopedia.....	54
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Domisili Konsumen Tokopedia.....	55
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Umur	56
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Flash Sale	57
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Gratis Ongkos Kirim.....	58
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.10	Hasil Rata-rata Variabel Flash Sale.....	60
Tabel 4.11	Hasil Rata-rata Variabel Gratis Ongkos Kirim	61
Tabel 4.12	Hasil Rata-rata Variabel Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas Dengan Metode K-S.....	64
Tabel 4.14	Uji Multikolinieritas.....	64
Tabel 4.15	Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4.16	Uji Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4.17	Hasil Uji F	66
Tabel 4.18	Hasil Uji t	67
Tabel 4.19	Koefisien Determinasi	68



DAFTAR GAMBAR

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang	IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	
Gambar 2.1	Garmbar Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1	Logo Tokopedia	53

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	80
Lampiran 2 Data Responden Kuesioner.....	81
Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data	89



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.