

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS APLIKASI, PROMOSI DAN *ODD PRICING*
TERHADAP MINAT BELI DI APLIKASI SHOPEE**



Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Muhammad Noor Zaidan Anshari

NIM: 1910312310031

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2025**

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH KUALITAS APLIKASI, PROMOSI DAN *ODD PRICING*
TERHADAP MINAT BELI DI APLIKASI SHOPEE**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Muhammad Noor Zaidan Anshari
NIM. 1910312310031

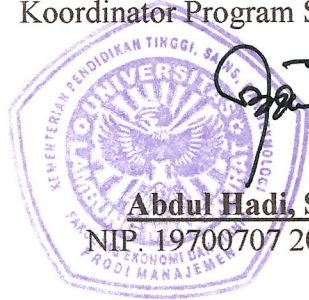
Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal 26 Juni 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Dosen Pembimbing



Dr. H. M Riza Firdaus, SE, MM
NIP. 19670909 199303 1 001

Mengetahui
Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Noor Zaidan Anshari
NIM : 1910312310031
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS APLIKASI, PROMOSI
DAN ODD PRICING TERHADAP MINAT BELI DI
APLIKASI SHOPEE
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Kamis, 26 Juni 2025

TIM PENGUJI

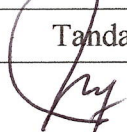
Pembimbing : Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM ()
Penguji I : H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, Ak,CA, ACPA
Penguji II : Dr. R. R. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si

LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat di bawah ini:

1. Nama : Muhammad Noor Zaidan Anshari
2. NIM : 1910312310031
3. Jurusan : Manajemen
4. Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS APLIKASI, PROMOSI DAN ODD PRICING TERHADAP MINAT BELI DI APLIKASI SHOPEE
5. Waktu Ujian : Kamis, 26 Juni 2026
6. Tempat Ujian : Ruang Ujian 2

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran dari Tim Penguji:

No.	Nama Tim Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM NIP. 19670909 199303 1 001	Pembimbing	

Demikian Berita Acara Perbaikan Skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.


Banjarmasin, 30 April 2026

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

Mahasiswa



Muhammad Noor Zaidan Anshari
1910312310031

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 27 April 2026

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Noor Zaidan Anshari
1910312310031

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS APLIKASI, PROMOSI DAN ODD PRICING TERHADAP MINAT BELI DI APLIKASI SHOPEE”**. Skripsi ini ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

Tidak lupa peneliti juga mengucapkan terima kasih banyak atas bantuan dari berbagai pihak yang telah berkontribusi, baik berupa waktu, saran, kritik, dorongan maupun pikirannya selama penyusunan skripsi ini. Pada penelitian skripsi ini, tentunya peneliti menemukan berbagai hambatan, akan tetapi berkat bantuan, arahan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat selesai dengan baik. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Namun, dengan segala kekurangan dan keterbatasan, peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa pun yang membacanya.

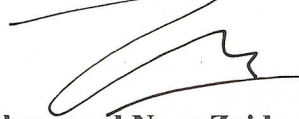
Peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Yunani, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si, selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
- 4.

Sebagai penutup, peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa pun yang membutuhkannya. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti, perusahaan dan seluruh pembaca.

Banjarmasin, 27 April 2026

Peneliti



Muhammad Noor Zaidan Anshari

1910312310031

ABSTRACT

Muhammad Noor Zaidan Anshari (2026). *The Effect of Application Quality, Promotion, and Odd Pricing on Purchase Intention in the Shopee Application.*

Advisor: Riza Firdaus

This study aims to examine and analyze the effect of Application Quality, Promotion, and Odd Pricing on Purchase Intention in the Shopee application, partially.

This research employed a quantitative approach with a causal design to analyze the relationships between variables. The population in this study consisted of all Shopee users in Indonesia aged 18 years or older, whose exact number is unknown. The sampling technique used was non-probability sampling with a purposive sampling method. A total of 75 respondents who met the predetermined criteria participated in this study. Data were collected using a questionnaire. The data analysis technique applied was multiple linear regression using SPSS Statistics 26.

The results of the t-test indicate that Application Quality has a positive and significant effect on Purchase Intention, Promotion has a positive and significant effect on Purchase Intention, and Odd Pricing also has a positive and significant effect on Purchase Intention in the Shopee application.

Keywords: Application Quality, Promotion, Odd Pricing, Purchase Intention

ABSTRAK

Jelita Aurora Aisyahana Rosalinne (2025). Pengaruh PDB, Nilai Tukar, Leverage dan Profitabilitas terhadap Return Saham Perusahaan Infrastruktur Tahun 2022-2023

Pembimbing : Abdul Hadi

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Produk Domestik Bruto (PDB), nilai tukar, leverage, dan profitabilitas terhadap return saham perusahaan sektor infrastruktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2022–2023.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif Populasi dalam penelitian ini mencakup 70 perusahaan sektor infrastruktur, dan pemilihan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu, sehingga diperoleh 46 perusahaan sebagai sampel. Analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda menggunakan perangkat lunak SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel PDB berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap return saham. Nilai tukar dan leverage memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap return saham. Sebaliknya, profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap return saham perusahaan sektor infrastruktur. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,809 atau 80,9%, yang menunjukkan bahwa variabel independen dalam model ini mampu menjelaskan variasi return saham sebesar 80,9%, sementara sisanya dijelaskan oleh variabel lain di dari penelitian ini.

Kata Kunci : PDB, Nilai Tukar, Leverage, Profitabilitas, *Return* Ssaham

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
<i>KATA PENGANTAR</i>	vi
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Kualitas Aplikasi	13
2.1.2 Promosi	16
2.1.3 <i>Odd Pricing</i>	21
2.1.4 Minat Beli.....	22
2.2 Pengaruh Antar Variabel	24
2.2.1 Pengaruh Kualitas Aplikasi Terhadap Minat Beli.....	24
2.2.2 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli.....	25
2.2.3 Pengaruh <i>Odd-Pricing</i> Terhadap Minat Beli	26
2.3 Hasil Penelitian Terdahulu.....	28
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN	41
3.1 Kerangka Konseptual	41
3.2 Hipotesis Penelitian	42

3.2.1 Pengaruh Kualitas Aplikasi Terhadap Minat Beli	42
3.2.2 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli	43
3.2.3 Pengaruh <i>Odd-Pricing</i> Terhadap Minat Beli	44
BAB IV METODE PENELITIAN	45
4.1 Ruang Lingkup Penelitian	45
4.2 Jenis Penelitian	45
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian	46
4.4 Unit Analisis	46
4.5 Populasi Dan Sampel.....	46
4.5.1 Populasi.....	46
4.5.2 Sampel.....	46
4.6 Variabel Dan Definisi Operasional Variabel	48
4.6.1 Variabel Penelitian.....	48
4.6.2 Definisi Operasional Variabel	49
4.7 Teknik Pengumpulan Data.....	51
4.7.1 Data Primer	51
4.8 Teknik Analisis Data	52
4.8.1 Uji Outlier	52
4.8.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	53
4.8.3 Analisis Statistik Deskriptif	54
4.8.4 Uji Asumsi Klasik	55
4.8.5 Analisis Regresi Lincar Berganda	57
4.8.6 Koefisien Determinasi	58
4.8.7 Uji F	59
4.8.8 Uji t	60
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	61
5.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	61
5.2 Hasil Penelitian dan Analisis	62
5.2.1 Uji Outliers.....	62
5.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	64
5.2.3 Karakteristik Responden	67
5.2.4 Analisis Statistik Deskriptif	72

5.2.5 Uji Asumsi Klasik	79
5.2.6 Analisis Regresi Linear Berganda	83
5.2.7 Koefisien Determinasi	85
5.2.8 Uji F	86
5.2.9 Uji t	88
5.3 Pembahasan Hasil Penelitian	89
5.3.1 Pengaruh Kualitas Aplikasi Terhadap Minat Beli	89
5.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli	91
5.3.3 Pengaruh <i>Odd Pricing</i> Terhadap Minat Beli	93
5.4 Implikasi Hasil Penelitian	95
5.4.1 Pengaruh Kualitas Aplikasi Terhadap Minat Beli	95
5.4.2 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli	96
5.4.3 Pengaruh <i>Odd Pricing</i> Terhadap Minat Beli	98
5.5 Keterbatasan Penelitian	99
BAB VI PENUTUP	100
6.1 Kesimpulan	100
6.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN-LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbandingan Variabel Penelitian Ini dengan Penelitian yang Lalu	35
Tabel 4. 1 Definisi Operasional Variabel.....	49
Tabel 5. 1 Uji Outliers Tahap 1	62
Tabel 5. 2 Uji Outliers Tahap 2	63
Tabel 5. 3 Uji Outliers Tahap 3	63
Tabel 5. 4 Uji Validitas	65
Tabel 5. 5 Uji Reliabilitas	66
Tabel 5. 6 Jenis Kelamin Responden Penelitian.....	67
Tabel 5. 7 Usia Responden Penelitian	68
Tabel 5. 8 Pendidikan Terakhir Responden Penelitian	69
Tabel 5. 9 Frekuensi Belanja Online Responden Penelitian	69
Tabel 5. 10 Pilihan Marketplace Responden Penelitian	70
Tabel 5. 11 Domisili Responden Penelitian	71
Tabel 5. 12 Kategorisasi Rata-Rata Skor Penilaian Responden.....	72
Tabel 5. 13 Item Pernyataan Variabel Kualitas Aplikasi.....	73
Tabel 5. 14 Skor Jawaban Responden pada Kualitas Aplikasi (X1)	74
Tabel 5. 15 Item Pernyataan Variabel Promosi.....	75
Tabel 5. 16 Skor Jawaban Responden pada Promosi (X2)	75
Tabel 5. 17 Item Pernyataan Variabel <i>Odd Pricing</i>	76
Tabel 5. 18 Skor Jawaban Responden pada <i>Odd Pricing</i> (X3).....	76
Tabel 5. 19 Item Pernyataan Variabel Minat Beli	77
Tabel 5. 20 Skor Jawaban Responden pada Minat Beli (Y)	78
Tabel 5. 21 Uji Asumsi Klasik Normalitas Kolmogorov-Smirnov	80
Tabel 5. 22 Uji Asumsi Klasik Multikolinearitas	81
Tabel 5. 23 Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas Uji Glejser.....	82
Tabel 5. 24 Uji Asumsi Klasik Linearitas	83
Tabel 5. 25 Analisis Regresi Linear Berganda.....	84
Tabel 5. 26 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	86
Tabel 5. 27 Hasil Uji F.....	87
Tabel 5. 28 Hasil Uji t.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Kunjungan <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	1
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual.....	41