

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA DAN PROMO GRATIS ONGKOS
KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
*MARKETPLACE SHOPEE***

(Studi Kasus Pada Konsumen Generasi Z Di Kota Banjarmasin)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar sarjana (S1) Pada
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh :

NELA RAHMAH

NIM: 2110412320015



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**


LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH HARGA DAN PROMO GRATIS ONGKOS KIRIM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE*

- A. Nama Mahasiswa : Nela Rahmah
NIM : 2110412320015
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim penguji:


a. Pembimbing

Dr. Fitriyadi, M.Si., CRGP., CTIA
NIP. 196701131994031001

[.....]

b. Penguji I

Novia Nour Halisa S.Si M.Si
NIP. 199211262019032026

[.....]

c. Penguji II

Dr. Maryono S.Sos M.Si
NIP. 197606132006041001

[.....]

Banjarmasin, 22 Juli 2025

Koordinator Program Studi
Administrasi Bisnis,

Ketua pembimbing



Hj. Nurul Wahyumi, S.Sos., M.AB
NIP. 197511052001122001



Dr. Fitriyadi, M.Si., CRGP., CTIA
NIP. 196701131994031001

Mengetahui
Dekan Fisip ULM



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP. 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Kamis tanggal 12 bulan Juni tahun 2025, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2888/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 5 Juni 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Nela Rahmah
NIM : 2110412320015
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Di Kota Banjarmasin Melalui Marketplace Shopee

Tempat Ujian : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 13.00 Wita s.d Selesai
Nilai : **80,33 (A)**
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~


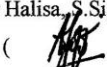
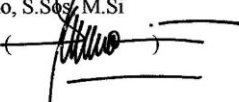
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 12 Juni 2025

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,


Nela Rahmah

1. Ketua : Dr. Fitriyadi, S.Sos, M.Si, CRGP, CTIA
()
2. Sekretaris : Novia Nour Halisa, S.Sj, M.Si
()
3. Anggota : Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
()

Mengetahui/membenarkan :
Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Nela Maryuni, S.Sos, M.AB
21104123200112 2 001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 2888/UN8.1.13/KP.10.00/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara/i :

1. Dr. Fitriyadi, S.Sos, M.Si, CRGP, CTIA
2. Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si
3. Dr. Maryono, S.Sos, M.Si

Untuk menguji Skripsi mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Nela Rahmah
NIM : 2110412320015
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap
Keputusan Pembelian Generasi Z Di Kota Banjarmasin
Melalui Marketplace Shopee

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Kamis, 12 Juni 2025
J a m : 13.30 Wita s.d Selesai
T e m p a t : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 5 Juni 2025
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



Catatan

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah"
2. Dokumen ini telah dibenarkan secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSSi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Harga Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Pada Konsumen Generasi Z Di Kota Banjarmasin)".

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Strata 1 (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat. Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE., M.Si., selaku rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si., selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos.,M.AB., selaku ketua Prodi Administrasi Bisnis.
4. Bapak Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta saran yang sangat berharga dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Ibu Novia Nour Halisa S.Si M.Si selaku dosen penguji I Yang telah memberikan saran dan masukan selama proses penyusunan skripsi ini.

6. dan Bapak Dr. Maryono S.Sos M.Si selaku dosen penguji II Yang telah memberikan saran dan masukan selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen, Staff Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang memberikan bekal ilmu kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu saya yang telah memberikan motivasi serta dukungan yang tidak pernah terputus kepada saya.
9. Semua pihak yang ikut serta mendukung dalam pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan penelitian ini ke depannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan serta memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang pemasaran

Banjarmasin, Juni 2025



Nela Rahmah

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan, kelancaran dan keberkahan bagi penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini. Dengan segenap rasa cinta dan kasih, penulis persembahkan tulisan ilmiah ini untuk:

1. Kedua orang tua tercinta, terkasih dan tersayang Papah (Birhasani) dan Mamah (Nurul Huda). Terimakasih telah mengusahakan segalanya untuk anak sulungmu ini. Menjadi suatu kebanggaan memiliki kedua orang tua yang mendukung anaknya untuk meraih gelar sarjana. Terimakasih Papah dan Mamah.
2. Terimakasih juga kepada Saudara satu-satunya penulis yaitu Naysyia Fatima, yang telah berusaha membantu semaksimal mungkin meringankan beberapa kendala kecil yang peneliti alami, semoga nantinya bisa merasakan menyusun Laporan Tugas Akhir (Skripsi) sendiri.
3. Dan selanjutnya, kepada diri saya sendiri. Nela Rahmah. Terimakasih nel sudah bertahan sejauh ini, sudah berhasil menyelesaikan apa yang telah dimulai dan selalu berani mencoba hal-hal baru. Walaupun kamu selalu berpikir kamu akan menyerah dan putus asa ditengah jalan dan takut. Kamu hebat dengan seluruh perjuangan yang telah kamu lalui, baik itu senang, sedih, berhasil, maupun gagal. Berbahagialah dimanapun kamu berada. Apapun kurang dan lebihmu mari rayakan dirimu sendiri.

PERNYATAAN ORSINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di publikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Nela Rahmah

NIM: 2110412320015

ABSTRAK

Nela Rahmah, 2110412320015, 2025. Pengaruh Harga Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. Dibawah bimbingan Bapak Fitriyadi.

Shopee sebagai salah satu marketplace terpopuler di Indonesia, menarik perhatian Generasi Z dengan berbagai strategi, di antaranya penawaran harga bersaing dan promo gratis ongkos kirim. Penelitian ini menggambarkan bagaimana pengaruh harga dan promo gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini juga menguji secara parsial dan simultan pengaruh kedua variabel tersebut terhadap keputusan pembelian Generasi Z.

Penelitian ini dilakukan di Kota Banjarmasin dengan populasi Generasi Z berusia 17 hingga 28 tahun yang pernah melakukan pembelian melalui marketplace shopee. Jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik nonprobability sampling dengan pendekatan Insidental. Kuesioner digunakan sebagai instrumen pengumpulan data, dan analisis data dilakukan menggunakan regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan promo gratis ongkos kirim memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya, semakin menarik harga dan promo yang ditawarkan oleh shopee, maka semakin besar kemungkinan Generasi Z untuk melakukan pembelian melalui marketplace tersebut.

Kata kunci: Harga, Promo Gratis Ongkos Kirim, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Nela Rahmah, 2110412320015, 2025. The Influence of Price and Free Shipping Promotion on Purchase Decisions on the Shopee Marketplace. Supervised by Mr. Fitriyadi.

Shopee, as one of the most popular marketplaces in Indonesia, attracts the attention of Generation Z through various strategies, including competitive pricing and free shipping promotions. This study explores the influence of price and free shipping promotions on purchase decisions. It also examines the partial and simultaneous effects of these two variables on the purchase decisions of Generation Z.

This research was conducted in Banjarmasin City with a population consisting of Generation Z individuals aged 17 to 28 who have previously made purchases through the Shopee marketplace. The sample consisted of 100 respondents determined using the Lemeshow formula. The sampling technique used was non-probability sampling with an incidental approach. A questionnaire was used as the data collection instrument, and data analysis was conducted using multiple regression.

The results showed that price and free shipping promotions have a positive influence on purchase decisions. This means that the more attractive the prices and promotions offered by Shopee, the more likely Generation Z is to make purchases through the marketplace.

Keywords: price, free shipping promotion, purchase decision

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	XI
DAFTAR TABEL.....	XIV
DAFTAR GAMBAR	XV
DAFTAR LAMPIRAN	XVI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat Penelitian	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Landasan Teoritis	20
2.1.1 Pemasaran	20
2.1.2 Perilaku Konsumen	22
2.1.3 Marketplace	25
2.1.4 Harga	26
2.1.5 Promo Gratis Ongkos Kirim.....	33
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	35
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	41
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	47
2.3.1 Hipotesis	47
2.3.2 Model Penelitian	51
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
3.1 Pendekatan Penelitian	52
3.2 Desain Penelitian.....	52
3.3 Lokasi Penelitian.....	53
3.4 Populasi, Besar Sampel Dan Tehnik Sampling.....	53
3.4.1 Populasi.....	53
3.4.2 Besar Sampel.....	53
3.5 Tehnik Sampling	54
3.6 Definisi Operasional Variabel	55

3.6.1 Variabel Bebas (Independen).....	55
3.6.2 Variabel Terikat (Dependen).....	58
3.7 Tehnik Pengumpulan Data	64
3.7.1 Sumber Data	64
3.8 Tehnik Analisa Data	65
3.8.1 Skala Pengukuran	65
3.8.2 Deskripsi Statistik.....	65
3.8.3 Uji validitas dan Reabilitas.....	66
3.8.4 Uji Asumsi Klasik.....	67
3.8.5 Analisis Regresi Linear Berganda	69
3.8.6 Alat Uji Hipotesis.....	69
BAB IV HASIL PENELITIAN	73
4.1 Karakteristik Responden	73
4.2 Analisis Deskripsi Statistik	76
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Harga (X1)	77
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Promo Gratis Ongkos Kirim (X2)	85
4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	91
4.3 Uji Validitas Dan Reabilitas	98
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	100
4.4.1 Uji Normalitas Data.....	100
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	102
4.4.3 Uji Multikolinieritas	103
4.5 Uji Regresi Linear Berganda.....	104
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis	106
4.6.1 Uji T.....	106
4.6.2 Uji F.....	107
4.6.3 Pengujian Koefisien Determinasi (R2)	108
BAB V PEMBAHASAN HASIL	111
5.1 Pembahasan.....	111
5.1.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	111
5.1.2 Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian	114
5.1.3 Pengaruh Harga Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian	117

5.2 Implikasi Hasil Penelitian	120
5.2.1 Implikasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	120
5.2.2 Implikasi Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian	121
5.2.3 Implikasi Harga Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian	121
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	123
BAB VI PENUTUP	124
6.1 Kesimpulan	124
6.2 Saran.....	124
6.2.1 Saran Akademis.....	124
6.2.2 Saran Praktis.....	125
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN.....	132
BIODATA PENELITI	165

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
Tabel 2.1	Tinjauan penelitian terdahulu	41
Tabel 3.1	Definisi operasional variabel.....	60
Tabel 3.2	Skala likert.....	65
Tabel 3.3	Rentang kategori jawaban responden.....	65
Tabel 3.4	Interpretasi koefisien korelasi	72
Tabel 4.1	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	73
Tabel 4.2	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	74
Tabel 4.3	Karakteristik responden berdasarkan domisili	74
Tabel 4.4	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	75
Tabel 4.5	Karakteristik responden berdasarkan seberapa sering menggunakan	76
Tabel 4.6	Rekapitulasi jawaban responden variabel harga (X1).....	77
Tabel 4.7	Rekapitulasi jawaban responden variabel promo gratis ongkos kirim (X2)	85
Tabel 4.8	Rekapitulasi jawaban responden variabel keputusan pembelian (Y).	91
Tabel 4.9	Hasil uji validitas.....	98
Tabel 4.10	Hasil uji reabilitas.....	99
Tabel 4.11	Hasil uji multikolinearitas	104
Tabel 4.12	Hasil regresi linear berganda.....	105
Tabel 4.13	Hasil statistik secara parsial (uji T)	106
Tabel 4.14	Hasil statistik secara simultan (uji F)	108
Tabel 4.15	Hasil koefisien determinasi R ²	109

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
Gambar 1. 1	Proyeksi jumlah pengguna internet di Indonesia	2
Gambar 1. 2	Marketplace dengan kunjungan terbanyak 2021-2023	4
Gambar 1. 3	Marketplace yang paling diminati oleh generasi Z	5
Gambar 1. 4	Pangsa pasar terbesar ada di generasi Z dan Milenial.....	6
Gambar 1. 5	Diagram Hasil Prasurvei Faktor yang Berhubungan dengan Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee.....	9
Gambar 1. 6	Perbandingan harga produk yang ada marketplace.....	10
Gambar 1. 7	Artikel Pojokbanua.com masyarakat kota Banjarmasin menganggap berbelanja di online lebih murah	13
Gambar 1. 8	Syarat dan ketentuan potongan ongkos kirim	16
Gambar 2. 1	Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	21
Gambar 2. 2	Model Perilaku pembelian konsumen	23
Gambar 2. 3	model perilaku konsumen	24

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Hal
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	133
Lampiran 2	Hasil tabulasi Variabel Harga (X1).....	137
Lampiran 3	Hasil Tabulasi variabel Promo Gratis Ongkos Kirim (X2)	139
Lampiran 4	Hasil Tabulasi variabel Keputusan Pembelian (Y).....	141
Lampiran 5	Output SPSS	144
Lampiran 6	Tingkat Signifikansi R_{tabel} 51-100	154
Lampiran 7	Dokumentasi.....	156