

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI E-COMMERCE SHOPEE YANG  
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
(Survey pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi)

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Pendidikan Ekonomi



Oleh:  
**FELLYA SALSABILLA NADIANSYAH**  
17502002

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS PASUNDAN  
2021**

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI E-COMMERCE SHOPEE YANG  
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
(Survey pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi)

Oleh

Fellya Salsabilla Nadiansyah  
175020002

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Disetujui,

**Pembimbing I,**

**Pembimbing II,**

**Prof. Dr. H. Rully Indrawan, M.Si.**

**NIP. 196103261985031003**

**Saiful Almujab, S.Pd., M.Pd**

**NIPY. 15110789**

Diketahui,

**Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu  
Pendidikan,      Ketua Program Studi Pendidikan  
Ekonomi,**

**Dr. H Uus Toharudin, S.Pd.,M.Pd**

**NIP. 196210171988031001**

**Leni Maryani, S.Pd.,M.Pd**

**NIPY. 15110649**

Tanggal Lulus :

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Fellya Salsabilla Nadiansyah

NPM : 175020002

Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PROMOSI *E-COMMERCE SHOPEE*

**YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Survey pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi)

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul di atas beserta seluruh ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 25 Agustus 2021

Yang Membuat Pernyataan,

**Fellya Salsabilla Nadiansyah**

**NPM. 175020002**

## MOTTO

“Yakinlah, ada sesuatu yang menantimu setelah sekian banyak kesabaran (yang kau jalani), yang akan membuatmu terpana hingga akan lupa betapa pedihnya rasa sakit “

Ali bin Abi Thalib

*“Learn from yesterday, live for today, hope for tomorrow. The important thing is not to stop questioning”*

Albert Einstein

“Meraih masa depan yang cerah tidak akan didapat dengan mudah. Kamu harus mau berkorban untuk mendapatkan hal tersebut”

B.J. Habibie

## **KATA PENGANTAR**

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT., yang telah memberikan rahamat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Promosi *E-Commerce* Shopee Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian”.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Ekonomi. Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu, penulis sangat berharap saran dan kritik yang membangun untuk memperbaiki skripsi ini.

Dan rasa terimakasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini. Besar harapan semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca.

Bandung, 25 Agustus 2021

Penulis,

Fellya Salsabilla Nadiansyah  
NPM. 175020002

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Dalam proses penyusunan skripsi hingga hasil akhir, penulis menyadari adanya kekurangan dalam penulisan namun dengan limpahan rahmat-Nya serta dorongan dan dukungan dari berbagai pihak hingga pada akhirnya skripsi ini mampu diselesaikan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dorongan dan dukungan selama penyusunan skripsi ini, kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Eddy Jusuf Sp., M.Si., M.Kom sebagai rektor Universitas Pasundan;
2. Bapak Dr. H. Uus Toharudin, M.Pd. selaku dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pasundan Bandung;
3. Ibu Leni Maryani, M.Pd selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan;
4. Bapak Saiful Almujab, M.Pd., selaku sekretaris Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Unpas dan Dosen Pembimbing 2 dalam penyusunan skripsi ini.
5. Prof. Dr. H. Rully Indrwan, M.S.i., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan, saran dan bimbingan kepada penulis.
6. Segenap dosen-dosen dan seluruh staf tata usaha di lingkungan Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan yang selalu memberikan bantuan fasilitas, ilmu, serta pendidikan kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua orangtua Bapak Setia Handiansyah dan Ibu Nyi Rd Fira Siti Hawahasari atas do'a dan segala dukungan selama proses penulisan skripsi ini, serta kasih sayang yang tiada habisnya sampai kapanpun.
8. Adik kandung Fasya Putri Handiansyah dan Zidane Alhafidzh Putra Handiansyah serta keluarga yang selalu memberi semangat.
9. Teman-teman mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNPAS angkatan 2017, 2018, 2019, dan 2020 sebagai responden yang telah membantu kelancaran penelitian.

10. Sahabat-sahabat *yo up up* Alda Oktaviani, Annisa Puspita Sari Yuhandi, Rizki Nuryani Fadhillah, Shalsa Amiratu Solihah, dan Zellia Nur Octaviani yang menjadi sahabat selama proses perkuliahan dan selalu saling memberi dukungan, semangat, motivasi, serta mendo'akan selama proses penulisan skripsi ini.
11. Sahabat yang selalu ada selama 7 tahun pertemanan Deby Elsera, Syifa Arini Hermansyah dan Andreas Desenta Hendriks yang selalu memberi dukungan. Serta, pihak-pihak yang berpengaruh dalam proses penulisan skripsi yang tidak dapat disebutkan namanya satu-persatu orang-orang serta pihak terkait yang tidak bisa disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan banyak terimakasih semoga segala kebaikan yang telah diberikan dibalas oleh Allah *Subhanahu Wata'ala. Aamiin Yaa Rabbal Aalamiin.*

Bandung, 25 Agustus 2021

Penulis,

Fellya Salsabilla Nadiansyah  
NPM. 175020002

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI E-COMMERCE SHOPEE YANG  
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
(Survey pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi)

Oleh  
**Fellya Salsabilla Nadiansyah**  
**175020002**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (i) intensitas penggunaan e-commerce shopee pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pasundan (ii) strategi promosi yang dilakukan oleh e-commerce shopee untuk mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pasundan (iii) strategi promosi e-commerce shopee yang paling signifikan mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pasundan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan kuantitatif, dengan sampel berjumlah 202 mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pasundan. Teknik dalam pengumpulan data menggunakan angket dan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (i) intensitas penggunaan *e-commerce* shopee pada mahasiswa Program Studi pendidikan ekonomi dalam taraf yang tinggi ditunjukkan dengan jumlah responden sebanyak 202 orang pengguna *e-commerce* shopee yang merasakan promo rutin dari shopee sehingga dapat memberi jawaban setiap pernyataan-pernyataan setiap variabel strategi promosi yang dimiliki *e-commerce* shopee (ii) strategi promosi yang dilakukan *e-commerce* shopee untuk mempengaruhi keputusan pembelian terdiri dari lima yaitu, promo gratis ongkir, banjir promo, permainan berhadiah, beragam metode pembayaran, dan layanan shopee *express* (iii) secara parsial strategi promosi berupa banjir promo yang paling signifikan mempengaruhi keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 49,7%.

*Kata Kunci : Strategi Promosi, E-commerce, Shopee, Keputusan Pembelian*

**ANALYSIS OF E-COMMERCE SHOPEE PROMOTION STRATEGIES  
THAT INFLUENCE PURCHASE DECISIONS**  
(Survey on Economics Education Students)

By  
**Fellya Salsabilla Nadiansyah**  
**175020002**

**ABSTRACT**

*The purposes of this research are to find out : (i) the intensity of the use of e-commerce shopee among students of the Economic Education Study Program, University of Pasundan (ii) the promotion strategy carried out by the e-commerce shopee to influence the purchasing decisions of students of the Economic Education Study Program, University of Pasundan (iii) the strategy Shopee e-commerce promotions are the most significant in influencing the purchasing decisions of students of the Pasundan University Economics Education Study Program. The research method used is a survey method with a quantitative approach, with a sample of 202 students of the Economic Education Study Program, FKIP Pasundan University. Techniques in collecting data using questionnaires and data analysis techniques using multiple linear regression analysis. The results showed that: (i) the intensity of the use of e-commerce shopee among students of the economic education study program at a high level was indicated by the number of respondents as many as 202 shopee e-commerce users who felt regular promos from shopee so that they could answer every statement every time. the promotional strategy variables owned by shopee e-commerce (ii) the promotional strategies carried out by shopee e-commerce to influence purchasing decisions consist of five, namely, free shipping promos, promo floods, prize games, various payment methods, and shopee express services (iii) partially the promotion strategy in the form of a flood of promos that most significantly affects purchasing decisions with a coefficient of determination ( $R^2$ ) of 49.7%.*

*Keywords:* Promotion Strategy, E-commerce, Shopee, Purchase Decision

# **ANALISIS STRATEGI PROMOSI SHOPEE E-COMMÉRCE ANU NGARUH**

## **KAPUTUSAN PEMESERAN**

*(Survey ngeunaan Siswa Pendidikan Ékonomi)*

Ku

**Fellya Salsabilla Nadiansyah**

**175020002**

## **RINGKESAN**

*Udagan ieu panalungtikan dimaksudkeun pikeun nangtoskeun: (i) inténsitas panggunaan shopee e-commerce di antara mahasiswa Program Studi Pendidikan Ékonomi, Universitas Pasundan (ii) strategi promosi anu dilakukeun ku shopee e-commerce pikeun mangaruhan kaputusan pamésan siswa Program Studi Pendidikan Ékonomi, Universitas Pasundan (iii) strategi promosi Shopee e-commerce anu paling signifikan dina pangaruh kaputusan pamésan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ékonomi Universitas Pasundan. Métode panilitian anu digunakeun nyaéta metode survey kalayan pendekatan kuantitatif, kalayan conto 202 mahasiswa Program Studi Pendidikan Ékonomi, Universitas FKIP Universitas Pasundan. Téhnik ngumpulkeun data ngagunakeun kuesioner jeung téhnik analisis data ngagunakeun analisis régrési linier. Hasilna nunjukkeun yén: (i) inténsitas panggunaan shopee e-commerce di antara mahasiswa Program Studi pendidikan ékonomi dina tingkat luhur dituduhkeun ku jumlah réspon saloba 202 pangguna e-commerce shopee anu ngaraos promos biasa ti shopee ambéh aranjeunna tiasa ngajawab unggal pernyataan unggal waktos. variabel strategi promosi anu dipimilik ku shopee e-commerce (ii) strategi promosi anu dilakukeun ku shopee e-commerce pikeun mangaruhan kaputusan pameseran diwangun ku lima, nyaéta, promo pengiriman gratis, promo banjir, kaulinan hadiah, sababaraha metode pamayaran, sareng jasa express shopee (iii) sabagéan ageung strategi promosi dina bentuk banjir promos anu pangpentingna mangaruhan kaputusan pamesaran ku koefisien tekad ( $R^2$ ) 49,7%.*

*Kosa Kecap : Strategi Promosi, E-commerce, Shopee, Putusan Mésér*

## DAFTAR ISI

### **LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

### **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

### **MOTTO**

**KATA PENGANTAR .....** ..... i

**UCAPAN TERIMAKASIH.....** ..... ii

**ABSTRAK .....** ..... iv

**DAFTAR ISI.....** ..... vii

**DAFTAR TABEL.....** ..... 9

**DAFTAR GAMBAR.....** ..... 11

**DAFTAR LAMPIRAN .....** Error! Bookmark not defined.

**BAB I PENDAHULUAN.....** Error! Bookmark not defined.

A. Latar Belakang Masalah..... Error! Bookmark not defined.

B. Identifikasi Masalah ..... Error! Bookmark not defined.

C. Batasan dan Rumusan Masalah..... Error! Bookmark not defined.

D. Tujuan Penelitian..... Error! Bookmark not defined.

E. Manfaat Penelitian ..... Error! Bookmark not defined.

F. Definisi Operasional ..... Error! Bookmark not defined.

G. Sistematika Pembahasan ..... Error! Bookmark not defined.

**BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN** Error! Bookmark not defined.

A. Kajian Teori..... Error! Bookmark not defined.

B. Hasil Penelitian Terdahulu Yang Sesuai Dengan PenelitianError! Bookmark not defined.

C. Kerangka Pemikiran ..... Error! Bookmark not defined.

D. Asumsi Dan Hipotesis ..... Error! Bookmark not defined.

**BAB III METODE PENELITIAN .....** Error! Bookmark not defined.

A. Metode Penelitian..... Error! Bookmark not defined.

B. Desain Penelitian..... Error! Bookmark not defined.

C. Subjek Dan Objek Penelitian..... Error! Bookmark not defined.

D. Operasionalisasi Variabel..... Error! Bookmark not defined.

E. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
F. Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
G. Prosedur Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
H. Jadwal Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	Error! Bookmark not defined.
A. Profil dan Subjek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
C. Hasil Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	Error! Bookmark not defined.
A. Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
B. Saran .....	Error! Bookmark not defined.
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....
<b>LAMPIRAN</b>	.....

## **DAFTAR TABEL**

- Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Pasundan .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3.3 Pembobotan Angket .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3.4 Instrumen Penelitian Angket .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3.5 Kriteria Reliabilitas .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3.6 Kriteria Penafsiran Rata-Rata .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3.7 Jadwal Penelitian .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.1 Jumlah Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Pasundan .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.2 Uji Validitas Kuesioner Variabel Promo Gratis Ongkir (X1).....**Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.3 Uji Validitas Kuesioner Variabel Banjir Promo (X2)**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.4 Uji Validitas Kuesioner Permainan Berhadiah (X3)**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.5 Uji Validitas Kuesioner Beragam Metode Pembayaran (X4).....**Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.6 Uji Validitas Kuesioner Variabel Layanan Shopee Express (X5) **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.7 Uji Validitas Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....**Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Kuesioner .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.9 Statistik Deskriptif .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.10 Rekapitulasi Angket Promo Gratis Ongkir (X1)**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.11 Rekapitulasi Angket Banjir Promo (X2)**Error! Bookmark not defined.**

- Tabel 4.12 Rekapitulasi Angket Permainan Berhadiah (X3) **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.13 Rekapitulasi Angket Beragam Metode Pembayaran (X4) ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.14 Rekapitulasi Angket Layanan Shopee Express (X5) **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.15 Rekapitulasi Angket Strategi Promosi (X) **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.16 Rekapitulasi Angket Keputusan Pembelian (Y) **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.17 Uji Normalitas..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.18 Uji Normalitas..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.19 Uji Multikolinearitas ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.20 Uji T X1 ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.21 Uji T X2 ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.22 Uji T X3 ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.23 Uji T X4 ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.24 Uji T X5 ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.25 Koefisien Diterminasi ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.26 Koefisien Diterminasi ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.27 Koefisien Diterminasi ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.28 Koefisien Diterminasi ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.29 Koefisien Diterminasi ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.30 Koefisien Diterminasi ..... **Error! Bookmark not defined.**

## **DAFTAR GAMBAR**

- Gambar 1.1 Statistik Pengguna E-Commerce di Indonesia pada Kuartal IV 2020 ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.2 Umur Perusahaan E-commerce yang Tumbang di Indonesia ... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.2 Paradigma Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.1 Struktur Organisasi FKIP Universitas Pasundan **Error!** **Bookmark**  
**not defined.**
- Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas ..... **Error! Bookmark not defined.**