

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, RATING TOKO, DAN
FLASH SALE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA *MARKETPLACE***



Oleh :

CINTA KUSUMA DEWI
NBI : 1212000141

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, RATING TOKO, DAN
FLASH SALE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA *MARKETPLACE***



Oleh :

CINTA KUSUMA DEWI

NBI : 1212000141

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

PENGARUH PERSEPSI HARGA, RATING TOKO, DAN FLASH SALE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan
Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh :

Cinta Kusuma Dewi

NBI : 1212000141

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Cinta Kusuma Dewi
NBI : 1212000141
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Rating Toko, dan *Flash sale* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace*

Surabaya, 20 Desember 2023

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Endah Budiarti', with a horizontal line underneath it.

Dr. Endah Budiarti, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

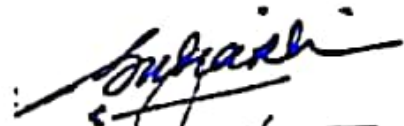
Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 05 Januari 2024.

TIM PENGUJI

TANDA TANGAN

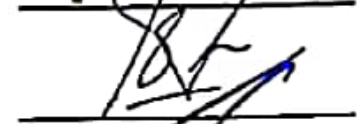
1. Dr. Endah Budiarti, M.Si

Ketua :



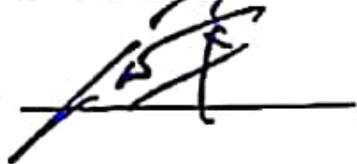
2. Drs. Ec. Sigit Santoso, MM

Anggota :



3. Dr. Achmad Yanu Alif Fianto, S.T., MBA

Anggota :



Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si, Ak, CA

NPP: 20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Cinta Kusuma Dewi (P)
2. NBI : 1212000141
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3515137001020001
6. Alamat Rumah (KTP) : Kramat Jegu, RT 03/RW 04, Kcc. Taman, Kab. Sidoarjo

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, RATING TOKO, DAN *FLASH SALE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE*”

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 17 Januari 2024

Yang Membuat


(Cinta Kusuma Dewi)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail: perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cinta Kusuma Dewi

NPM : 1212000141

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : ~~Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/ Praktek~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

"PENGARUH PERSEPSI HARGA, RATING TOKO, DAN *FLASH SALE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE*".

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty – Free Right*), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 17 Januari 2024

Yang Menyatakan,



(Cinta Kusuma Dewi)

**Coret yang tidak perlu*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada saya, sehingga diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Manajemen dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya menempuh Pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tunjukkan kepada :

1. Dr. Endah Budiarti, M.Si. selaku pembimbing yang telah banyak memberi pengarahan, bimbingan dan tambahan ilmu serta wawasan yang sangat bermanfaat bagi saya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini.
2. Dr. Ulfi Prastiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
3. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada Pendidikan program Sarjana Manajemen.
4. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA.M CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Seluruh Staff dan karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi.
6. Kepada orang tua saya, Almarhum Ayah Kasenan, Ibu Siti, dan Mama Corry Anggraeny Rahmawaty tercinta atas doa, tenaga, materi dan memberikan semangat dalam mengejar cita-cita terutama dalam menjalani proses perkuliahan sehingga dapat menyelesaikan hingga sidang skripsi berjalan dengan lancar. Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan

- kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Kepada kakak saya, Hari Krisdianto dan Cindy Kurniawati yang telah memberikan semangat, dukungan, doa, dan motivasi kepada penulis.
 8. Kepada teman baik saya, Putri Candra, Hanum Trias, Firmanda Putri, Siti Yulaikha, Farah Nabilah, Dian Anggracni, dan Putri Anjeliana yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu, menyumbang pikiran, mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan motivasi, semangat, saran, dan pemikiran positif dari awal perkuliahan saya hingga saat ini.
 9. Kepada sahabat seperjuangan saya di akhir semester ini, Riris Anggracni dan Imatul Komariyah yang telah memberikan dukungan, motivasi, saran, bantuan, dan menemani saya dalam menyelesaikan skripsi dan teman-teman khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2020 yang tidak bisa saya sebut satu per satu, terima kasih telah mengukir warna dalam kehidupanku.
 10. Kepada teman-teman KKN R-13, khususnya Fenny Angelina Simbolon, Adiatma Zefanya Loppies, Srinandini, dan Viky Ardila saya ucapkan terima kasih banyak telah memberikan semangat kepada saya hingga saat ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritikan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya.

Surabaya, 17 Januari 2024



Cinta Kusuma Dewi

ABSTRAK

Penelitian ini menguji hubungan persepsi harga, rating toko, dan *flash sale* terhadap keputusan pembelian pada *marketplace*. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner yang berisi daftar pertanyaan mengenai setiap variabel yang diteliti. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang pernah berbelanja di *marketplace*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 mahasiswa. Analisis data pada penelitian ini menggunakan program SPSS 25. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t, uji F dan uji Koefisien Determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace*, (2) rating toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace*, (3) *flash sale* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace*, (4) persepsi harga, rating toko, *flash sale* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace*.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Rating Toko, *Flash Sale*, Keputusan Pembelian, *Marketplace*.

ABSTRACT

This research examines the relationship between price perceptions, store ratings, and flash sales on purchasing decisions in the marketplace. Data collection was carried out using a questionnaire method which contained a list of questions regarding each variable studied. Respondents in this research were active students at the University of 17 August 1945 Surabaya who had shopped at the marketplace. The sample used in this research was 96 students. Data analysis in this study used the SPSS 25 program. Hypothesis testing used the t test, F test and Coefficient of Determination test.

The results of this research show that: (1) price perceptions have a significant influence on purchasing decisions in the marketplace, (2) store ratings have a significant influence on purchasing decisions in the marketplace, (3) flash sales have a significant influence on purchasing decisions in the marketplace, (4) price perceptions , store ratings, flash sales simultaneously have a significant influence on purchasing decisions in the marketplace.

Keywords : Price Perception, Store Rating, Flash Sale, Purchase Decision, Marketplace.

RINGKASAN

Shopee merupakan platform *e-commerce* atau pasar daring yang beroperasi di berbagai negara, termasuk Indonesia. Shopee berada dalam bidang perdagangan elektronik (*e-commerce*), yang mencakup penjualan berbagai produk secara online. Sebagai *marketplace*, Shopee menyediakan platform bagi penjual dan pembeli untuk bertransaksi secara elektronik. Produk yang dijual di Shopee sangat beragam, mulai dari pakaian, aksesoris, peralatan elektronik, perlengkapan rumah tangga, hingga produk-produk kecantikan. Shopee juga terkenal dengan berbagai promosi, diskon, dan program *flash sale* yang sering menarik perhatian konsumen. Produk yang dijual di Shopee sangat beragam, mulai dari pakaian, aksesoris, peralatan elektronik, perlengkapan rumah tangga, hingga produk-produk kecantikan. Shopee juga terkenal dengan berbagai promosi, diskon, dan program *flash sale* yang sering menarik perhatian konsumen

Penelitian ini termasuk pada jenis penelitian kuantitatif dengan objek penelitian mahasiswa aktif Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang pernah berbelanja di *marketplace*. Penelitian ini menggunakan kuesioner dalam melakukan pengumpulan data dan diolah menggunakan SPSS 25. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *marketplace*. Rating toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *marketplace*. *Flash Sale* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *marketplace*, Persepsi Harga, Rating Toko, dan *Flash Sale* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace*.

SUMMARY

Shopee is an e-commerce platform or online market that operates in various countries, including Indonesia. Shopee is in the field of electronic commerce (e-commerce), which includes selling various products online. As a marketplace, Shopee provides a platform for sellers and buyers to transact electronically. The products sold on Shopee are very diverse, ranging from clothing, accessories, electronic equipment, household equipment, to beauty products. Shopee is also famous for its various promotions, discounts and flash sale programs which often attract the attention of consumers. The products sold on Shopee are very diverse, ranging from clothing, accessories, electronic equipment, household equipment, to beauty products. Shopee is also famous for its various promotions, discounts and flash sale programs which often attract the attention of consumers

This research is a type of quantitative research with the object of research being active students at the University of 17 August 1945 Surabaya who have shopped at the marketplace. This research used a questionnaire to collect data and processed it using SPSS 25. Based on the research results, it shows that price perceptions influence purchasing decisions in the marketplace. Store ratings influence purchasing decisions on the marketplace. Flash Sales influence purchasing decisions in the marketplace, Price Perception, Store Rating, and Flash Sale simultaneously have a significant influence on purchasing decisions in the marketplace.

DAFTAR ISI

COVER LUAR.....	I
COVER DALAM.....	II
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	III
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	IV
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	V
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	VI
MOTTO	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
ABSTRAK.....	X
<i>ABSTRACT</i>.....	XI
RINGKASAN.....	XII
SUMMARY.....	XIII
DAFTAR ISI.....	XIV
DAFTAR GAMBAR.....	XX
DAFTAR TABEL.....	XXI
DAFTAR LAMPIRAN	XXI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6

1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2 Perilaku Konsumen	9
2.1.3 <i>Marketing Mix</i>	10
2.1.4 <i>Promotional Mix</i>	10
2.1.5 <i>Marketplace</i>	12
2.1.6 Persepsi Harga	12
2.1.7 Rating Toko	14
2.1.8 <i>Flash Sale</i>	15
2.1.9 Keputusan Pembelian	17
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	21
2.3.1 Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian.....	21
2.3.2 Hubungan Rating Toko dengan Keputusan Pembelian	22
2.3.3 Hubungan <i>Flash Sale</i> dengan Keputusan Pembelian	22
2.4 Kerangka Konseptual.....	22

2.5 Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Lokasi dan waktu penelitian.....	25
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	25
3.2.2 Waktu Penelitian.....	25
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.3.1 Jenis Data	25
3.3.2 Sumber Data	26
3.4 Populasi dan Sampel	26
3.4.1 Populasi.....	26
3.4.2 Sampel	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Definisi Variabel dan Definsi Operasional	28
3.6.1 Definisi Variabel.....	28
3.6.1.1 Persepsi Harga (X1).....	28
3.6.1.2 Rating Toko (X2).....	28
3.6.1.3 <i>Flash Sale</i> (X3)	29
3.6.1.4 Keputusan Pembelian (Y).....	29
3.6.2 Definisi Operasional Variabel	29
3.7 Proses Pengolahan Data	32

3.8 Metode Analisis Data.....	33
3.8.1 Uji Validitas.....	33
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	34
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.8.4 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data.....	36
3.9.1 Uji F (Simultan).....	36
3.9.2 Uji t (Parsial).....	36
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
4.1.1 Profil Shopee.....	37
4.1.2 Visi dan Misi Shopee.....	39
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	39
4.2.1 Karakteristik Responden.....	39
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	43
4.2.2.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	44
4.2.2.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Rating Toko.....	45
4.2.2.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Flash Sale</i>	46
4.2.2.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	47
4.3 Uji Instrumen.....	48

4.3.1 Uji Validitas	48
4.3.2 Uji Reliabilitas	50
4.4 Uji Analisis Data	50
4.4.1 Uji Normalitas	50
4.4.2 Uji Multikolinearitas	51
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	52
4.4.4 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	53
4.5 Pengujian Hipotesis	54
4.5.1 Uji t (Piasial)	54
4.5.2 Uji F (Simultan).....	56
4.5.3 Koefisien Determinasi.....	57
4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian	57
4.6.1 Pengaruh Parsial Persepsi Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	57
4.6.2 Pengaruh Parsial Rating Toko (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	58
4.6.3 Pengaruh Parsial <i>Flash Sale</i> (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	59
4.6.4 Pengaruh Persepsi Harga, Ratng Toko, dan <i>Flash Sale</i> terhadap Keputusan Pembelian (Y)	60
4.6.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	60
4.7 Implikasi Penelitian	60
4.7.1 Praktis	60

4.7.2 Teoritis	61
4.8 Keterbatasan Penelitian.....	61
BAB V PENUTUP.....	63
5.1 Simpulan.....	63
5.2 Saran.....	64
5.2.1 Praktis	64
5.2.2 Akademis.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Marketplace dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal 1 2023	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	23
Gambar 4.1 Unduhan Shopee di Play Store.....	38
Gambar 4.2 Grafik Pengujian Heteroskedastisitas	53

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	41
Tabel 4.4 Frekuensi Berbelanja	41
Tabel 4.5 Alasan Berbelanja di Shopee.....	42
Tabel 4.6 Rata-Rata Jawaban Responden Untuk Variabel Persepsi Harga (X1).....	44
Tabel 4.7 Rata-Rata Jawaban Responden Untuk Variabel Rating Toko (X2)	45
Tabel 4.8 Rata-Rata Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Flash Sale</i> (X3)	46
Tabel 4.9 Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian(Y).....	47
Tabel 4.10 Uji Validitas.....	49
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.12 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	51
Tabel 4.13 Tabel Hasil Uji Multikoloniritas	52
Tabel 4.14 Analisis regresi linier berganda	53
Tabel 4.15 Uji t (Parsial)	55
Tabel 4.16 Uji F.....	56
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 SURAT PENGANTAR KUESONER	69
LAMPIRAN 2 REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN	76
LAMPIRAN 3 KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	91
LAMPIRAN 4 UJI VALIDITAS INSTRUMEN.....	93
LAMPIRAN 5 UJI RELIABILITAS INSTRUMEN	95
LAMPIRAN 6 UJI NORMALITAS	96
LAMPIRAN 7 UJI MULTIKOLINEARITAS	96
LAMPIRAN 8 UJI HETEROSKEDASTISITAS	97
LAMPIRAN 9 REGRESI LINIER BERGANDA DAN UJI t.....	97
LAMPIRAN 10 UJI F.....	98
LAMPIRAN 11 KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)	98
LAMPIRAN 12 KARTU BIMBINGAN.....	99
LAMPIRAN 13 HASIL UJI TURNITIN PERPUSTAKAAN	100