

**PENGARUH PROMO GRATIS ONGKOS KIRIM DAN
ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI APLIKASI *SHOPEEFOOD* PADA
MAHASISWA FEB UNIVERSITAS BUNG HATTA PADANG**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

**ZAKIAH
1810011211177**

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen*

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
KOTA PADANG
2022**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Zakiah

Npm : 1810011211177

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Shopeefood pada Mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta Padang

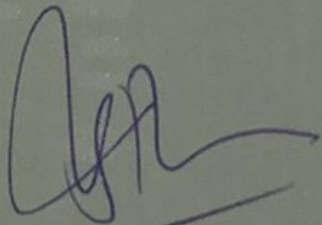
Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari **Jumat, 22 Juli 2022**.

Disetujui oleh,

Pembimbing

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta



Mery Trianita, S.E., MM



Dr. Erni Febrina Harahap, SE., M.Si

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan terlebih dahulu kepada Allah SWT atas segala rahmat dan anugrah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan Tugas Akhir dengan judul **“Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi *Shopeefood* Pada Mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta Padang”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademis dalam rangka menempuh ujian sarjana dan untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta Padang.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua dan seluruh keluarga besar yang telah membantu penulis secara moril maupun materil. Dengan diiringi rasa hormat yang mendalam penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Terima kasih kepada Allah SWT yang telah menolong, mempermudah urusanku, mengabulkan semua Do'aku, sehingga bisa menjadi Sarjana Manajemen dan manusia berakal dengan menjadikan Al-Qur'an sebagai pedomanku.
2. Teristimewa untuk kedua orang tuaku Umakku (Surianis) yang selalu memberi semangat dan motivasi dalam menjalani semuanya. Umak yang telah melahirkan, membesarkan, merawat dan mendidikku dengan penuh keikhlasan, kasih sayang, dan kesabaran. Ayahanda (Bangun Lubis) yang selalu melindungi dan menguatkan dan memberikan nasehat ketika aku salah, terima kasih ayahanda atas nasehat-nasehatnya yang menjadikanku

lebih baik. Sekali lagi terima kasih umak ayahanda berkat pengorbanan, dukungan dan do'a tulus ibunda dan ayahanda sehingga aku bisa mewujudkan semua cita-cita dan impian menjadi seorang Sarjana Manajemen.

3. Teristimewa lagi kepada abang kandung (bg Jhoni , bg Eldi , bg Rasyid) dan juga kakak kandung aku (kak Cucen dan Kak kiti) yang selalu memberi aku nasehat, yang selalu mengingatkan aku ketika salah, serta ponakan-ponakan aku yang selalu aku rindukan ,
4. Ibu Dr. Erni Febriana Harahap, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
5. Ibu Herawati, S.E., M.Si., Ak. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
6. Ibu Lindawati, S.E, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta
7. Bapak Purbo Jadmiko, S.E, M.Sc selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
8. Ibu Mery Trianita, S.E.,MM selaku pembimbing terimakasih atas semua ilmu yang ibu berikan kepada penulis, baik selama perkuliahan maupun selama proses bimbingan skripsi dengan meluangkan waktu ibu , sehingga terselesaikan skripsi ini.
9. Segenap dosen – dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu yang berharga untuk penulis dan para karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah memberikan bantuan dan kelancaran penyusunan skripsi ini.

10. Sahabat tercinta (Tiwi, Ulfa, Kadek, Desil , Wara, Ghaffar, Gema, Bekim, Nado, Syukur, Anggi) yang selalu ada untuk penulis dalam keadaan apapun dan membantu penulis serta menjadi tempat keluh kesah selama proses penyelesaian skripsi ini.
11. Terimakasih kepada sahabat kuliah dari awal semester satu, Syafiroh Fauziah Arrasyid Lubis, Salwa Ulaya Ilpa, Nisa Ledy Novia, Nurul Hakiki, Novar Ardian Pratama, Irvan Ath Thaariq, Okta Kurnia Arza, dan sahabat-sahabat yang lainnya, terimakasih telah banyak membantu dalam membuat skripsi ini dan memberi semangat serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Terimakasih teman-teman manajemen Angkatan 2018 (yang telah Bersama-sama dalam suka dan duka selama perkuliahan, semoga semua kita perbuat menjadi kenangan dan pengajaran dimasa yang akan datang).
13. Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak, demi kesempurnaan penulis pada masa yang akan datang. Semoga skripsi ini berguna bagi kita semua, terimakasih.

Padang , 15 Juni 2022

Penulis

Zakiah

**PENGARUH PROMO GRATIS ONGKOS KIRIM, DAN *ONLINE*
CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
APLIKASI *SHOPEEFOOD* PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS
BUNG HATTA PADANG**

Zakiah¹, Mery Trianita²

¹Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

²Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: zakiah0699@gmail.com merytrianita@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promo gratis ongkos kirim dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian di aplikasi *shopeefood* pada mahasiswa feb universitas bung hatta padang. Populasi adalah mahasiswa feb universitas bunghatta padang, dengan jumlah sampel sebanyak 90 responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah purposive sampling. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Metode analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Uji hipotesis dengan menggunakan uji T-test statistik untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individu.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa promo gratis ongkos kirim berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di aplikasi *shopeefood*, dan *online customer rating* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di aplikasi *shopeefood*.

Kata Kunci : Promo Gratis Ongkos Kirim, *Online Customer Rating*, Keputusan Pembelian

THE EFFECT OF FREE SHIPPING PROMO, AND ONLINE CUSTOMER RATING ON PURCHASE DECISIONS IN THE SHOPEEFOOD APPLICATION ON FEB STUDENTS OF BUNG HATTA PADANG UNIVERSITY

¹Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

²Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: zakiah0699@gmail.com meretrytrianita@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of free shipping promos and online customer ratings on purchasing decisions in the ShopeeFood application for Bung Hatta Padang university feb students. The population is Bung Hatta Padang University feb students, with a total sample of 90 respondents. The technique used in sampling is purposive sampling. The type of data used is primary data through questionnaires. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. Test the hypothesis by using a statistical T-test to prove the effect of the independent variable on the dependent variable partially or individually.

The results of this study found that the free shipping promo had a positive effect on purchasing decisions in the ShopeeFood application, and online customer ratings had no effect on purchasing decisions in the ShopeeFood application.

Keywords: Free Shipping Promo, Online Customer Rating, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1 Kajian Literatur.....	9
2.1.1 Keputusan Pembelian	9
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1.2 Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	10
2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	15
2.1.2 Promo Gratis Ongkos Kirim.....	16
2.1.2.1 Pengertian Promo Gratis Ongkos Kirim	16
2.1.2.2 Indikator Promo Gratis Ongkos Kirim.....	17
2.1.3 <i>Online Customer Rating</i>	18
2.1.3.1 Pengertian <i>Online Customer Rating</i>	18
2.1.3.2 Dimensi <i>Online Customer Rating</i>	20
2.1.3.3 Indikator <i>Online Customer Rating</i>	21
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	22
2.2.1 Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap keputusan pembelian.....	22
2.2.2 Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3 Kerangka Konseptual.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Objek Populasi dan Sample	25
3.2.1 Objek	25
3.2.2 Populasi	25

3.2.3 Sampel.....	25
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data	27
3.4 Jenis Data dan Sumber Data	27
3.4.1 Jenis Data	27
3.4.2 Sumber Data	27
3.5 Defenisi Operasional Variabel.....	27
3.5.1 Variabel Dependen	28
3.5.1.1 Keputusan Pembelian.....	28
3.5.2 Variabel Independen.....	28
3.5.2.1 Promo Gratis Ongkos Kirim	28
3.5.2.2 <i>Online Customer Rating</i>	29
3.6 Analisis Deskriptif	29
3.7 Teknik Analisis Data	30
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	31
3.7.1.1 Uji Validitas	32
3.7.1.2.Uji Reliabilitas	32
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda	32
3.7.3 Uji Koefisien.....	32
3.11 Uji F-Statistik.....	33
3.12 Uji Hipotesis (Uji t-Statistik).....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Demografis Responden.....	35
4.1.1 Prosedur Pengambilan Sampel.....	35
4.1.2 Identitas Umum Responden	36
4.2 Analisis Deskriptif	37
4.2.1 Keputusan Pembelian.....	38
4.2.2 Promo Gratis Ongkos Kirim	39
4.2.3 Online Customer Rating.....	40
4.3.1 Uji Validitas.....	41
4.3.2 Uji Reabilitas	44
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	45
4.6 UjiKoefisien Determinasi	47
4.7 Uji F-tes Statistik	47
4.8 Uji T-tes Statistik.....	48

4.9 Pembahasan	48
4.9.1 Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi shopeefood pada mahasiswa feb Padang.....	49
4.9.2 Pengaruh Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi shopeefood pada mahasiswa feb Padang.....	52
BAB V PENUTUP.....	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Implikasi Penelitian	54
5.3 Saran	55
5.4 Keterbatasan Penelitian	55
DAFTAR PUSTAKA	56

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pesaing Shopeefood	2
Tabel 1.2 Survei Awal	3
Tabel 3. 1 Kriteria Tingkat Pencapaian Responden.....	31
Tabel 4. 1 Prosedur Penyebaran Kuesioner.....	36
Tabel 4. 2 Identitas Umum Responden.....	37
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	38
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Variabel Promo Gratis Ongkos Kirim.....	40
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Online Customer Rating</i>	41
Tabel 4. 6 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	41
Tabel 4. 7 Uji Validitas Variabel Promo Gratis Ongkos Kirim.....	43
Tabel 4. 8 Uji Validitas Variabel <i>Online Customer Rating</i>	45
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4. 10 Regresi Linear Berganda.....	46
Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	48
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Kelayakan Model.....	49
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Hipotesis	49

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN I: Kuesioner.....	60
LAMPIRAN II: Tabel Tabulasi Data.....	66
LAMPIRAN III: Profil Responden.....	73
LAMPIRAN IV: Analisis Deskriptif.....	75
LAMPIRAN V: Hasil Pengujian Validitas.....	83
LAMPIRAN VI: Uji Reabilitas.....	84
LAMPIRAN VII: Uji Normalitas.....	85
LAMPIRAN VIII: Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis.....	86