

HALAMAN MOTTO

“Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuang untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya!”



HALAMAN PERSEMBAHAN

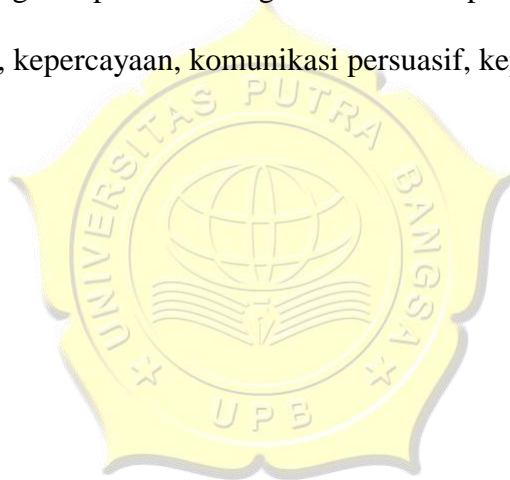
Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas terselesainya skripsi ini maka penulis mempersembahkan sebagai tanda terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu mendo'akan, memberikan kasih peneliting, perhatian, semangat, dan dukungan. Kepada adikku terpeneliting yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan kepada penulis.
2. Ibu Dr. Prihartini Budi Astuti,S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah banyak berjasa dalam proses penelitian ini, serta memberikan bimbingan, dorongan, dan nasehat yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Almh. Mbah Ratiyah yang selalu memberikan dukungan dan mendoakan penulis dalam menempuh perkuliahan selama ini.
4. Teman sambatku Faiz, Erik, Mumun, Sandra, Ilam, Septi, Nhesa, Lala, dan Dzulfiqor terimakasih atas segala dukungan dan menjadi tempat berbagi dalam suasana apapun dan selalu menghibur hingga saat ini.
5. Teman-teman dua periode BEM Raksa Ardibrata (Vivin, Bayu, Widya, Cica, Salsa, Fajar, dan Vivi) teman seperjuanganku selama kuliah. Terimakasih penulis ucapkan atas segala motivasi, dukungan, pengalaman, waktu dan ilmu yang dijalani bersama selama perkuliahan.
6. Teman-teman Demisioner BEM Bara Adidaya dan Raksa Ardibrata, terimakasih atas segala dukungan dan doanya.
7. Semua pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh diskon, kepercayaan, dan komunikasi persuasif terhadap keputusan pembelian pada *seller* di *Shopee Live* pada mahasiswa Kebumen pengguna aplikasi *Shopee*. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan teknik analisis datanya menggunakan regresi linier berganda. Jumlah sampel sebanyak 100 dengan menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah uji instrument validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, uji simultan, dan uji koefisien determinasi. Alat bantu pengolahan data menggunakan SPSS for Windows version 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (2) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (3) Komunikasi Persuasif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (4) Diskon, Kepercayaan, dan Komunikasi Persuasif secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: diskon, kepercayaan, komunikasi persuasif, keputusan pembelian.



ABSTRACT

This research aims to analyze the effect of discounts, trust, and persuasive communication on purchasing decisions through seller on Shopee Live feature among Kebumen students who use the Shopee application. This research is quantitative in nature and the data analysis technique uses multiple linear regression. The number of samples was 100 using purposive sampling. The data collection technique uses a questionnaire. The data analysis used is instrument validity and reliability tests, classical assumption tests, and coefficient of determination tests. Data processing tools use SPSS for Windows version 25.0. The research results show that: (1) Discounts have a positive and significant effect on Purchasing Decisions, (2) Trust has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, (3) Persuasive Communication has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, (4) Discounts, Trust, and Persuasive Communication together has a positive and significant effect on Purchasing Decisions.

Keywords: *discounts, trust, persuasive communication, purchasing decisions.*



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kelimpahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**PENGARUH DISKON, KEPERCAYAAN, DAN KOMUNIKASI PERSUASIF TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SELLER DI SHOPEE LIVE (Studi Pada Mahasiswa Kebumen Pengguna Aplikasi Shopee)**”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Universitas Putra Bangsa Kebumen. Penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik atas bantuan, bimbingan serta kerjasama dari berbagai pihak yang terkait baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah memberikan fasilitas memadai guna membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
2. Ibu Dr. Prihartini Budi Astuti, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis selama penulisan skripsi.
3. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.
4. Kedua orang tua tercinta dan adik yang terus mendoakan dan memberikan dukungan dalam bentuk apapun.
5. Saudara-saudara dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi.
6. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas semua kebaikan mereka serta ilmu yang dimiliki berguna untuk kebaikan kita semua. Penulis memohon maaf apabila dalam penyusunan maupun pembahasan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Kebumen, 1 Agustus 2024

Syahrul Aliffian



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	15
1.3. Batasan Masalah.....	16
1.4. Tujuan Penelitian.....	18
1.5. Manfaat Penelitian.....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA	20
2.1. Tinjauan Teori	20
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	20

2.1.2. Diskon	25
2.1.3. Kepercayaan	31
2.1.4. Komunikasi Persuasif.....	33
2.2. Penelitian Terdahulu	37
2.3. Hubungan Antar Variabel	41
2.4. Model Empiris.....	44
2.5. Hipotesis.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	46
3.2. Variabel Penelitian	46
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	47
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	50
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6. Populasi dan Sampel	53
3.7. Teknik Analisis	55
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	63
4.1. Analisis Deskriptif.....	63
4.2. Analisis Statistik.....	74
4.3. Pembahasan.....	87
BAB V SIMPULAN	91
5.1. Simpulan.....	91
5.2. Keterbatasan	92
5.3. Implikasi.....	92
5.3.1 Implikasi Praktis	92
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	95

DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	100



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-commerce Terbesar di Indonesia (Januari-September 2023)	3
Tabel I-2 Hasil Observasi Terkait Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Shopee <i>Live</i> Pada Mahasiswa Kebumen	8
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Keputusan pembelian ..	48
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Diskon	49
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Kepercayaan	49
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Komunikasi persuasif ..	50
Tabel IV-1 Karakteristik Responden	65
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	66
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas/	68
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Prodi.....	69
Tabel IV-5 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester.....	70
Tabel IV-6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel IV-7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	72
Tabel IV-8 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku	73
Tabel IV-9 Hasil Uji Validitas Variabel Diskon.....	75
Tabel IV-10 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan	75
Tabel IV-11 Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi Persuasif	76
Tabel IV-12 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	77
Tabel IV-13 Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel IV-14 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	78
Tabel IV-15 Hasil Uji Multikolinieritas.....	79
Tabel IV-16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	81
Tabel IV-17 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	84
Tabel IV-18 Hasil Uji Simultan (Uji F)	85
Tabel IV-19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Model Empiris.....	44
Gambar IV-1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner	100
Lampiran II Data Responden	104
Lampiran III Tabulasi Data Kuesioner	109
Lampiran IV Hasil Uji Validitas	114
Lampiran V Hasil Uji Reliabilitas.....	117
Lampiran VI Hasil Uji Asumsi Klasik.....	118
Lampiran VII Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	119
Lampiran VIII Hasil Uji Hipotesis.....	120
Lampiran IX Tabel r.....	121
Lampiran X Tabel t.....	124
Lampiran XI Tabel F.....	128
Lampiran XII Kartu Konsultasi Skripsi	131
Lampiran XIII Kartu Peserta Seminar	132

