

HALAMAN MOTTO

حَسْبُنَا اللَّهُ وَنِعْمَ الْوَكِيلُ

“Cukuplah Allah menjadi penolong kami dan
Dia adalah sebaik-baik pelindung”
(QS. Al Imran:173)

“No action, no result”



HALAMAN PERSEMBAHAN

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

1. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Sarno dan Ibu Kusyati yang telah memberikan dukungan, semangat, perhatian serta selalu mendoakan kepada penulis untuk bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Saya ucapkan terima kasih kepada orang tua saya yang telah mengusahakan anaknya untuk menjadi sarjana, walaupun beliau tidak merasakan pendidikan sampai dibangku perkuliahan. semoga Allah SWT senantiasa menjaga kalian sampai melihatku berhasil dengan keputusan sendiri. Hiduplah lebih lama.
2. Adikku tercinta Erlina Anggita Sari. Terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, terima kasih atas semangat, doa dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat, adiku.
3. Dosen Feby Evelyn, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dalam membimbing penyusunan skripsi.
4. Saudara-saudara saya yang selalu memberikan dorongan, dan semangat untuk menyelesaikan perkuliahan ini.
5. Wahid Fathurohman yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah. Selalu ada dalam suka maupun duka dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas doa yang senantiasa dipanjatkan, dan seluruh hal baik yang diberikan kepada penulis selama ini.

6. Daya Mabda, Salsabila Berliana yang telah menemani, membantu, mendengarkan segala keluh kesah dan tak lupa memberikan semangat serta menguatkan satu sama lain. Semoga dilancarkan sampai akhir perjuangan.
7. Wiwi, Hikmah dan semuanya yang telah berjuang bersama. Semoga kesuksesan senantiasa menyertai kalian.
8. Liya yang selalu memberikan semangat, menjadi pendengar yang baik, serta menjadi partner main untuk melepas beban selama proses penulisan skripsi.
9. Teman-teman seperjuangan MJRD yang bertekad untuk lulus dan wisuda bersama.
10. Amelia Yuniartika, ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggungjawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena telah mampu berusaha keras dan berjuang dalam keadaan apapun sampai sejauh ini. Tetap semangat, sabar, dan bertahan melewati semua ujian yang dihadapi. Bismillah untuk memulai petualangan selanjutnya untuk menjemput kesuksesan yang diridhoi Allah SWT.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Pengaruh *Ease Of Use*, *Flash Sale*, dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian produk *fashion* di Shopee di Kabupaten Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Aplikasi Shopee di Kebumen dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah uji instrument validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis yang berupa uji t, uji f, dan uji determinasi. Alat bantu pengolahan data menggunakan SPSS *for Windows version 25.0*. Hasil penelitian menunjukan bahwa: (1) *Ease Of Use* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, (2) *Flash Sale* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, (3) *Online Customer Review* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci: *Ease Of Use*, *Flash Sale*, *Online Costumer Review*, Keputusan Pembelian, dan Shopee



ABSTRACT

This study aims to examine the Influence of Ease Of Use, Flash Sale, and Online Customer Review on Purchase Decisions for fashion products on Shopee in Kebumen Regency. The population in this study were Shopee Application users in Kebumen with a sample size of 100 respondents. The data collection technique used a questionnaire. The data analysis used was the validity and reliability instrument test, the classical assumption test, the multiple linear regression test, and the hypothesis test in the form of the t-test, f-test, and determination test. The data processing tool used SPSS for Windows version 25.0. The results of the study showed that: (1) Ease Of Use has a positive effect on Purchase Decisions, (2) Flash Sale has a positive effect on Purchase Decisions, (3) Online Customer Review has a positive effect on Purchase Decisions.

Keywords: *Ease of Use, Flash Sale, Online Costumer Review, Purchase Decisions, and Shopee*



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dengan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH *EASE OF USE*, *FLASH SALE*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* DI SHOPEE (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kebumen)”** Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Selama penyusunan skripsi ini penulis memperoleh bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M. Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.
3. Ibu Feby Evelyn, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sampai terselesaikannya skripsi ini.
4. Segenap dosen dan civitas Akademik Universitas Putra Bangsa yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.
5. Kedua orang tua tercinta Bapak Sarno dan Ibu Kusyati atas doa dan dukungannya.
6. Masyarakat Kabupaten Kebumen pengguna aplikasi Shopee yang telah bersedia menjadi responden, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Semua rekan mahasiswa Universitas Putra Bangsa selaku teman seperjuangan.

8. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Semoga segala kebaikan, bantuan, bimbingan, motivasi serta amal yang telah diberikan pihak-pihak yang bersangkutan, akan mendapat balasan kebaikan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap skripsi ini dapat menambah pustaka keilmuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	ix
ABSTRACT.....	x
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I.....	1
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	19
BAB II.....	21

KAJIAN PUSTAKA.....	21
2.1. Tinjauan Teori.....	21
2.1.1. Teori Perilaku Konsumen	21
2.1.2. Keputusan Pembelian.....	22
2.1.3. <i>Ease of Use</i>	27
2.1.4. <i>Flash Sale</i>	31
2.1.5. <i>Online Customer Review</i>	36
2.2. Penelitian Terdahulu	40
2.3. Hubungan Antar Variabel	49
2.3.1. Hubungan Antara <i>Ease Of Use</i> dengan Keputusan Pembelian	49
2.3.2 Hubungan Antara <i>Flash Sale</i> dengan Keputusan Pembelian	49
2.3.3. Hubungan Antara <i>Online Customer Review</i> dengan Keputusan Pembelian.....	50
2.4. Model Empiris.....	51
2.5. Hipotesis.....	52
BAB III	53
METODE PENELITIAN.....	53
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	53
3.1.1 Objek Penelitian	53
3.2.2 Subjek Penelitian	53
3.2. Variabel Penelitian	53
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	54
3.3.1. Keputusan Pembelian.....	55
3.3.2 <i>Ease Of Use</i>	55
3.3.3. Flash Sale.....	56

3.3.4. Online Customer Review	57
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	58
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.5.1. Jenis Data.....	59
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.6. Populasi dan Sampel	62
3.6.1. Populasi Penelitian.....	62
3.6.2 Sampel Penelitian	62
3.7. Teknik Analisis	64
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	64
3.7.2. Analisis Statistik	65
3.8. Alat Analisis Data	65
3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	65
3.8.2. Uji Asumsi Klasik.....	68
3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda	70
3.8.4. Uji Hipotesis	71
BAB IV	76
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	76
4.1. Gambaran Umum.....	76
4.2. Analisis Deskriptif	77
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	79
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	79
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	80

4.3. Analisis Statistik	81
4.3.1. Uji Instrumen	81
4.3.2. Uji Asumsi Klasik	86
4.3.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	89
4.3.4. Uji Hipotesis	91
4.4. Pembahasan.....	95
4.4.1. Pengaruh <i>Ease of Use</i> Terhadap Keputusan Pembelian	96
4.4.2. Pengaruh <i>Flash Sale Terhadap</i> Keputusan Pembelian.....	97
BAB V.....	101
SIMPULAN	101
5.1. Simpulan	101
5.2. Keterbatasan.....	102
5.3. Implikasi.....	103
5.3.1 Implikasi Praktis	103
5.3.2 Implikasi Teoritis	106
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN.....	116

DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Rata-rata Jumlah Kunjungan <i>E-Commerce</i> di Indonesia Kuartal IV 2023	3
Tabel I- 2 Kategori Produk Yang Paling Sering Dibeli Melalui <i>E-Commerce</i> Shopee Di Indonesia	4
Tabel I- 3 <i>E-Commerce</i> Yang Sering Digunakan di Kabupaten Kebumen	6
Tabel I- 4 Kategori Produk Shopee Yang Paling Sering Dibeli Di Kabupaten Kebumen	8
Tabel I- 5 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion</i> Shopee Di Kabupaten Kebumen	10
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	46
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian ..	55
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Ease Of Use</i>	56
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Flash Sale</i>	57
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Online Customer Review</i> ..	58
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	79
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	79
Tabel IV- 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	80
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas <i>Ease Of Use</i> (X1)	83
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas <i>Flash Sale</i> (X2)	83
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas <i>Online Customer Review</i> (X3)	84
Tabel IV- 9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	84
Tabel IV- 10 Hasil Uji Reliabilitas	85
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolinearitas	86
Tabel IV- 12 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	88
Tabel IV- 13 Hasil Regresi Linear Berganda	89
Tabel IV- 14 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	92
Tabel IV- 15 Hasil Uji Simultan (Uji F)	94
Tabel IV- 16 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris.....	52
Gambar IV- 1	87



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner
Lampiran 2	: Data Responden
Lampiran 3	: Tabulasi Data Kuesioner
Lampiran 4	: Hasil Uji Validitas
Lampiran 5	: Hasil Uji Reabilitas
Lampiran 6	: Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Lampiran 7	: Hasil Uji Hipotesis
Lampiran 8	: Tabel r
Lampiran 9	: Tabel t
Lampiran 10	: Kartu Konsultasi Skripsi
Lampiran 11	: Kartu Peserta Seminar

