

**PENGARUH HARGA DAN DISKON TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI APLIKASI SHOPEE PADA MAHASISWA  
PENDIDIKAN EKONOMI ANGKATAN 2018  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**Septi Elena Silaban**

**NIM: 06031281823024**

**Program Studi Pendidikan Ekonomi**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2022**

**PENGARUH HARGA DAN DISKON TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI APLIKASI SHOPEE PADA MAHASISWA  
PENDIDIKAN EKONOMI ANGKATAN 2018  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**Septi Elena Silaban**

**NIM : 06031281823024**

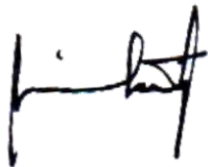
**Program Studi Pendidikan Ekonomi**

**Disetujui untuk diajukan dalam Ujian Akhir Program Sarjana**

**Mengetahui,**

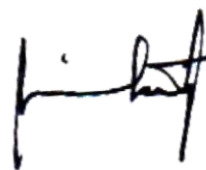
**Koordinator Program Studi**

**Pendidikan Ekonomi**



**Dra. Dewi Koryati, M.Pd  
NIP. 196408221990032005**

**Dosen Pembimbing**



**Dra. Dewi Koryati, M.Pd  
NIP. 196408221990032005**



**PENGARUH HARGA DAN DISKON TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI APLIKASI SHOPEE PADA MAHASISWA  
PENDIDIKAN EKONOMI ANGKATAN 2018  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**SKRIPSI**

**Oleh**

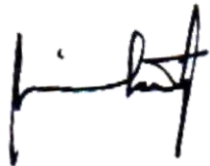
**Septi Elena Silaban**

**NIM : 06031281823024**

**Program Studi Pendidikan Ekonomi**

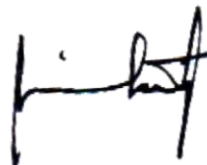
**Mengetahui,**

**Koordinator Program Studi  
Pendidikan Ekonomi**



**Dra. Dewi Koryati, M.Pd  
NIP. 196408221990032005**

**Dosen Pembimbing**



**Dra. Dewi Koryati, M.Pd  
NIP. 196408221990032005**



**PENGARUH HARGA DAN DISKON TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI APLIKASI SHOPEE PADA MAHASISWA  
PENDIDIKAN EKONOMI ANGKATAN 2018  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**SKRIPSI**

Oleh

**Septi Elena Silaban**

**NIM: 06031281823024**

**Program Studi Pendidikan Ekonomi**

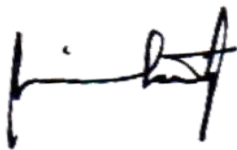
**Telah diujikan dan lulus pada:**

**Hari : Senin**

**Tanggal : 26 September 2022**

**Mengetahui**

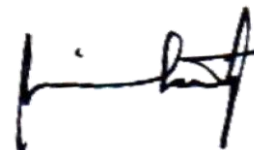
**Koordinator Program Studi,  
Pendidikan Ekonomi**



**Dra. Hj. Dewi Koryati, M.Pd.  
NIP.196408221990032005**

**Mengesahkan**

**Pembimbing**



**Dra. Hj. Dewi Koryati, M.Pd.  
NIP.196408221990032005**



Universitas Sriwijaya

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Septi Elena Silaban

NIM : 06031281823024

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Sriwijaya” ini adalah benar benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2020 tentang pencegahan dan penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila, di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikianlah surat pernyataan ini dibuat dengan sungguh- sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Indralaya, 6 September 2022

Yang membuat pernyataan,



Septi Elena Silaban

NIM 06031281823024

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, oleh karena berkat dan anugrah-Nya yang melimpah serta kemurahan dan kasih setia yang besar memberikan kesempatan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan lancar. Penulis mempersembahkan skripsi ini kepada :

- ❖ Kedua orang tuaku tercinta bapak dan Mamak yang senantiasa mendoakan, memberi kasih sayang, nasehat serta perhatian yang tiada hentinya.
- ❖ Saudara dan saudariku yang mendukung dan memberikan doa dalam segala keadaan.
- ❖ Kepada dosen pembimbing skripsi Ibu Dra. Dewi Koryati, M.Pd yang telah membimbing dengan baik hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Bapak Muhammad Akbar Budiman, S.Pd., M.Si selaku dosen pembimbing validasi instrumen. Terima kasih telah memberikan bimbingan yang sangat baik, sehingga saya menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Seluruh dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama masa perkuliahan maupun dalam penyelesaian skripsi.
- ❖ Terima kasih kepada teman teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 yang telah bersedia menjadi sampel dalam penelitian ini. Dan untuk Rani, Nurhaliza, Siti Khodijah, Siti Fatimah, Yosi Fransiska, Siti Fatimah dan Ratih Septianty yang telah kebersamai kurang lebih 4 tahun lamanya.
- ❖ Almamater tercintaku, Universitas Sriwijaya.

Motto :

“Tetapi carilah dahulu kerajaan Allah dan Kebenarannya, maka semuanya itu akan ditambahkan kepadamu”. (Matius 6:33)

## **PRAKATA**

Penelitian ini dengan judul “Pengaruh Harga dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Sriwijaya” disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sriwijaya. Dalam mewujudkan skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari berbagai pihak.

Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada Ibu Dra Dewi Koryati, M.Pd selaku pembimbing atas segala bimbingan yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Hartono, M.A., Dekan FKIP Unsri, Ibu Farida, M.Si Ketua Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial, Ibu Dra.Dewi Koryati, M.Pd, Koordinator Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial yang telah memberikan kemudahan dalam mengurus administrasi selama penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Bapak Muhammad Akbar Budiman S.Pd, M.Si yang telah memberikan pengarahan dan penilaian dalam proses validasi instrumen penelitian.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk pembelajaran bidang studi pendidikan ekonomi dan pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni

Indralaya, Senin 26 September 2022

Penulis,



Septi Elena Silaban

NIM 06031281823024

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN DEPAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Harga.....	7
2.1.1 Indikator Harga .....	8
2.2. Diskon .....	8
2.2.1 Indikator Diskon.....	9
2.3 Perilaku Konsumen .....	9
2.3.1 Ciri – Ciri Perilaku Konsumen.....	10
2.3.2 Model Perilaku Konsumen .....	11
2.3.3 Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	12
2.4 Keputusan Pembelian.....	13
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2.4.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	14
2.4.3 Teknik Pendekatan Keputusan Pembelian.....	15
2.4.4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	16
2.4.5 Dimensi Keputusan Pembelian .....	17
2.5 Pengertian Aplikasi Shopee.....	18
2.6 Kerangka Pemikiran.....	19
2.7 Hipotesis Penelitian.....	19
2.8 Penelitian Relevan.....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>24</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	24
3.2 Variabel Penelitian .....	24
3.3 Prosedur Penelitian .....	25
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	26
3.5 Populasi dan Sampel .....	27



3.5.1 Populasi .....	27
3.5.2 Sampel .....	27
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.6.1 Angket/ Kuesioner.....	28
3.7 Uji Instrument .....	29
3.7.1 Uji Validitas Ahli .....	29
3.7.2 Uji Validasi Eksternal.....	29
3.7.3 Uji Reliabilitas .....	31
3.8 Teknik Analisis Data.....	32
3.8.1 Analisis Data Angket.....	32
3.9 Uji Prasyarat .....	32
3.9.1 Uji Normalitas .....	32
3.10 Uji Hipotesis .....	33
3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	33
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	38
4.1.2 Hasil Uji Validitas Ahli .....	39
4.1.3 Hasil Uji Validasi Eksternal.....	39
4.1.4 Hasil Uji Realibilitas .....	39
4.2 Deskripsi Data.....	40
4.2.1 Deskripsi Angket Harga .....	40
4.2.2 Deskripsi Angket Diskon .....	42
4.2.3 Deskripsi Keputusan Pembelian .....	43
4.3 Hasil Uji Prasyarat Analisis.....	45
4.3.1 Hasil Uji Normalitas .....	45
4.3.1.1 Hasil Uji Normalitas Data Angket Harga.....	45
4.3.1.2 Hasil Uji Normalitas Data Angket Diskon .....	48
4.3.1.3 Hasil Uji Normalitas Data Angket Keputusan Pembelian.....	51
4.4 Uji Hipotesis .....	54
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	54
4.5 Pembahasan .....	61
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>64</b>
5.1 Simpulan.....	64
5.2 Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>68</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Prosedur Penelitian .....	25
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel 3.3 Populasi Penelitian .....	27
Tabel 3.4 Jawaban Instrumen Skala Likert .....	28
Tabel 3.5 Kisi kisi Instrumen Angket .....	28
Tabel 3.6 Kriteria Bobot harga dan Diskon.....	32
Tabel 4.1 Hasil Pengukuran Realibilitas angket.....	39
Tabel 4.2 Interpretasi Realibilitas .....	40
Tabel 4.3 Hasil Angket Harga .....	40
Tabel 4.4 Hasil Angket Diskon .....	43
Tabel 4.5 Hasil Angket Keputusan Pembelian.....	44
Tabel 4.6 Distribusi Harga .....	46
Tabel 4.7 Tabel z Harga .....	47
Tabel 4.8 Distribusi Diskon.....	49
Tabel 4.9 Tabel z Diskon .....	50
Tabel 4.10 Distribusi Keputusan Pembelian .....	51
Tabel 4.11 Tabel z Keputusan Pembelian .....	53

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Grafik Peningkatan UMKM di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Grafik Peningkatan Penjualan Aplikasi Shopee.....	3
Gambar 1.3 Grafik Usia Pengguna Aplikasi Shopee.....	3
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	11
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	19
Gambar 3.1 Prosedur Penelitian .....	25
Gambar 4.1 Diagram Persentase Hasil Angket Harga.....	40
Gambar 4.2 Diagram Persentase Kriteria Hasil Angket Harga.....	41
Gambar 4.3 Diagram Persentase Hasil Angket Diskon.....	43
Gambar 4.4 Diagram Persentase Kriteria Hasil Angket Diskon .....	44
Gambar 4.5 Diagram Persentase Hasil Angket Keputusan Pembelian.....	44
Gambar 4.6 Diagram Persentase Kriteria Hasil Angket Keputusan Pembelian....	45

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kisi kisi angket Harga, Diskon dan Keputusan Pembelian .....	69
Lampiran 2 Lembar Angket harga, Diskon dan Keputusan Pembelian.....	70
Lampiran 3 Surat Pengantar Validasi .....	76
Lampiran 4 Kartu Bimbingan Validasi Angket.....	77
lampiran 5 Hasil Uji Kelayakan Validasi.....	78
Lampiran 6 Uji Validitas Harga.....	83
Lampiran 7 Uji Validitas Diskon.....	84
Lampiran 8 Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	85
Lampiran 9 Hasil Perhitungan uji Validitas Harga .....	86
Lampiran 10 Hasil Perhitungan uji Validitas Diskon .....	83
Lampiran 11 Hasil Perhitungan uji Validitas Keputusan Pembelian.....	87
Lampiran 12 Hasil Perhitungan Uji Realibilitas .....	88
Lampiran 13 Surat Izin Penelitian .....	89
Lampiran 14 Surat Selesai Izin Penelitian .....	90
Lampiran 15 Surat Usul Judul Penelitian.....	91
Lampiran 16 SK pembimbing Penelitian .....	92
Lampiran 17 Hasil Penelitian Angket Harga.....	95
Lampiran 18 Hasil Penelitian Angket Diskon.....	97
Lampiran 19 Hasil Penelitian Angket Keputusan Pembelian .....	99
Lampiran 20 Perhitungan Uji Hipotesis .....	101
Lampiran 21 Angket Penelitian .....	103
Lampiran 22 Kartu bimbingan Skripsi.....	105

## ABSTRACT

*This study aims to determine the Effect of Prices and Discounts on Buying Decisions on the Shopee Application on Economic Education Students of 2018 Sriwijaya University. This research is a descriptive research with a quantitative approach. The population in this study were all 2018 Economics Education Students, Sriwijaya University. Sampling using a purposive sampling technique based on certain goals (people who have criteria for active students from the 2018 Sriwijaya University and have shopped at the Shopee Application and get the results of 50 students as samples in this study. The data collection technique uses a questionnaire. Validity test uses the formula Product moment correlation and reliability using Cronbach alpha. The results in this study indicate that there is a positive and significant effect of Price and Discount on Buying Decisions in the Shopee Application. There is a partially significant effect of Price on Buying Decisions and There is a Partial Effect of Discounts on Buying Decisions in the Shopee Application for Economic Education Students Class of 2018 Sriwijaya University. Researchers suggest to expand the number of samples and examine other variables that influence purchasing decisions.*

*Keyword : Price, Discount and Buying Decision*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Sriwijaya. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Sriwijaya. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan didasarkan atas tujuan tertentu (orang yang memiliki kriteria mahasiswa aktif angkatan 2018 Universitas Sriwijaya dan pernah berbelanja di Aplikasi Shopee dan mendapatkan hasil 50 mahasiswa sebagai sampel dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Uji validitas menggunakan rumus *korelasi product moment* dan reliabilitas menggunakan *alpha cronbach*. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Harga dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Shopee. Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial Harga Terhadap Keputusan Pembelian dan Terdapat pengaruh secara parsial Diskon Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Sriwijaya. Peneliti menyarankan untuk memperbanyak jumlah sampel dan meneliti variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.

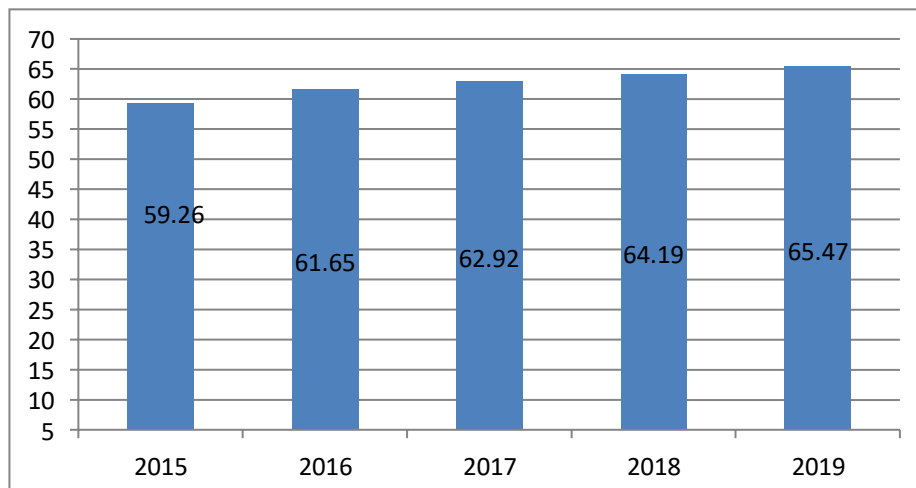
Kata kunci : Harga, Diskon, dan Keputusan Pembelian

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan UMKM di Indonesia meningkat sangat pesat. Peningkatan UMKM sebagai salah satu penggerak perekonomian di Indonesia. Manfaat dari UMKM kini banyak beralih dari toko konvensional menjadi Online yaitu menjangkau pangsa pasar luas karena jaringan pasar yang tidak terbatas agar mempermudah promosi karena tidak perlu lagi memproduksi ke daerah daerah manual kemudian meminimalisir biaya biaya yang harus dikeluarkan seperti saat berjualan Konvensional. Menurut Kementerian Usaha Kecil dan Menengah, jumlah pelaku UMKM online terus bertambah, dan pelaku UMKM telah *go digital* mencapai 13,7 juta dari 64 juta UMKM nasional. Pada kuartal pertama, transaksi *e-commerce* meningkat signifikan dari tahun ke tahun. Antara tahun 2020 dan 2021, transaksi online akan meningkat 548 juta transaksi atau 99%, dan nilai transaksi akan meningkat 52% menjadi 88 triliun. (Septalisma, 2021).

**Gambar 1.1 Gambar Grafik Peningkatan UMKM di Indonesia**



(Sumber : Kemenkop UMKM 2019 )

Berdasarkan gambar 1.1 di atas terdapat peningkatan UMKM di Indonesia secara signifikan. Pada tahun 2015 sebanyak 59,26 % , Tahun 2016 sebesar 61,25% Tahun 2017 sebesar 62,92% Tahun 2018 sebesar 64,19% serta tahun

2019 sebesar 65,47%. Jumlah tersebut mencapai 99,99% dari total usaha yang ada di Indonesia.

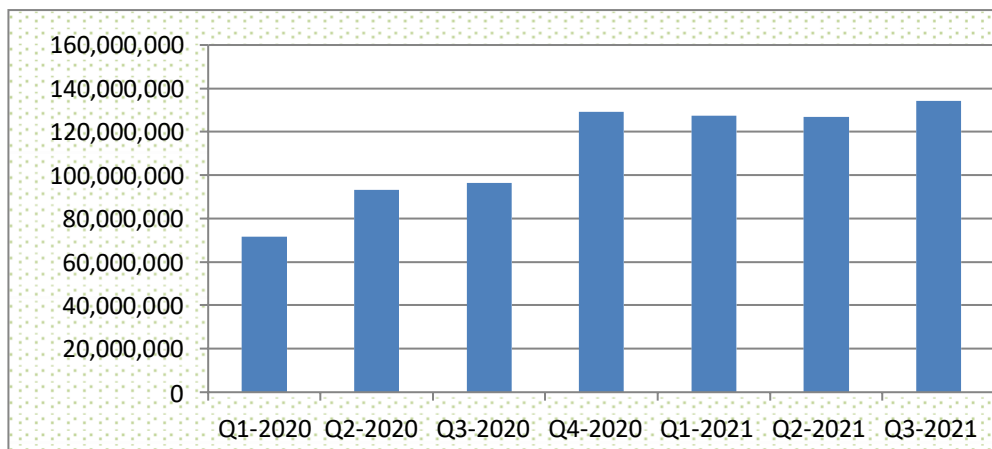
Negara Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki kecenderungan dalam berbelanja melalui *e-commerce*. Berbagai macam E-commerce di Indonesia seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Blibli, Lazada, Zalora, Olz dan masih banyak lainnya. Perusahaan yang memiliki konsumen tinggi adalah Shopee yang berada di bawah SEA Group berdiri sejak tahun 2015 di Singapura. Aplikasi Shopee mengembangkan bisnisnya dengan berekspansi di pasaran Asia Tenggara termasuk Indonesia. Salah satu Perusahaan yang bergerak dibidang transaksi jual beli online dan memiliki pengguna terbesar di Indonesia yaitu Aplikasi *Shopee*. Aplikasi *shopee* ini menyajikan berbagai macam informasi produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen melalui transaksi online yang dapat di akses melalui *smarthphone* maupun komputer. *Shopee* mempunyai 126,99 juta pengunjung web per bulan. (Suhartadi, 2021)

Aplikasi *shopee* memiliki tingkat pengguna yang tinggi, sehingga potensi tingkat jual beli produk di Aplikasi *shopee* tinggi. *Shopee* turut berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia hingga turut dalam menyukseskan visi pemerintah dalam mendukung UMKM melalui berbagai inovatifnya. beberapa kemudahan yang diberikan *shopee* sehingga menyebabkan konsumen tertarik untuk melakukan transaksi jual beli di Aplikasi ini. Konsumen lebih senang melakukan transaksi online di *shopee* karena dapat menghemat waktu dan biaya perjalanan untuk berbelanja sesuatu yang dibutuhkan, diskon yang menarik seperti berbelanja di tanggal yang bagus dan beberapa *cashback* menarik yang ditawarkan, Diskon *Flash sale* 3 kali dalam sehari, belanja 1 rupiah serta terdapat penilaian konsumen yang membuat calon konsumen percaya bahwa produk sesuai dengan gambar. Konsumen sebelum melakukan pembelian, kebanyakan mereka akan mempertimbangkan baik dari segi harga, serta diskon yang ditawarkan di *shopee*. Semakin mudah dan praktis suatu Aplikasi berbelanja menyebabkan pengguna berpotensi untuk berbelanja terus menerus. Hal yang membuat konsumen memutuskan pembelian pada aplikasi *shopee* salah satunya dengan adanya Diskon yang menarik di setiap bulannya dengan *cashback* (Uang



Kembali) berupa koin shopee dalam berbelanja di tanggal cantik serta mendapat gratis ongkos kirim. Di dalam aplikasi shopee juga terdapat fitur pembayaran pulsa, tagihan, biaya pendidikan pembayaran Pajak PBB, Pemesanan tiket transportasi dan akomodasi, pembayaran emas, asuransi, wakaf, fidyah, donasi serta shopee food, shopee pinjam, tabungan sea bank dan terdapat shopee pay later.

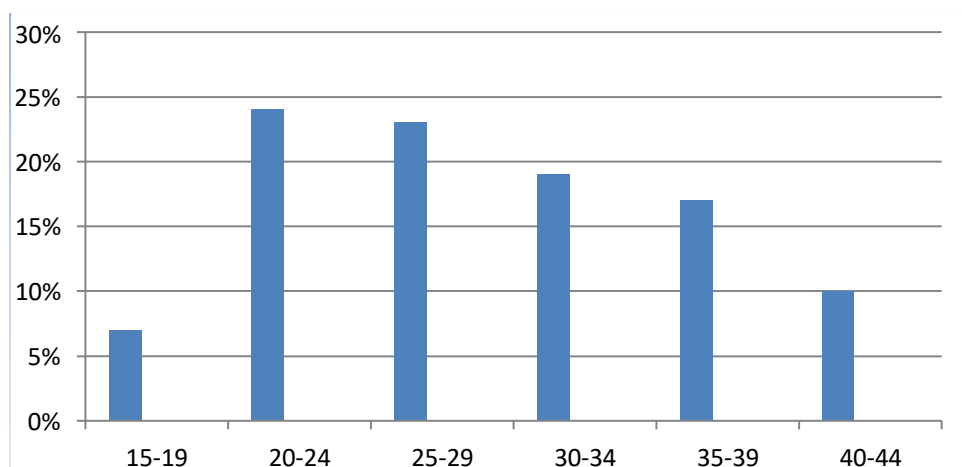
**Gambar 1.2 Grafik Peningkatan penjualan Aplikasi Shopee**



Sumber : Iprice 2021

Berdasarkan Gambar 1.2 di atas terdapat peningkatan 5,8 % pada kuartal III 2021. Jumlah rata rata kunjungan web bulanan Shopee sebanyak 134,4 juta pada kuartal III 2021. Peningkatan ini terjadi pertama kalinya sejak mengalami penurunan selama dua kuartal sebelumnya.

**Gambar 1.3 Gambar Usia Pengguna Aplikasi Shopee**



Sumber : Cnn Indonesia

Berdasarkan Gambar 1.3 di atas pengguna Aplikasi Shopee yang paling mendominasi adalah umur 20-24 tahun sebanyak (24%) usia 25-29 sebanyak (23%) 30-34 tahun sebesar (19%) dan 35-39 (17%). Disusul oleh pengguna berusia 40-44 tahun (10%) dan 15-19 tahun (7%) (Dianka,2021). Hal ini menjadi fenomena berbelanja online para anak muda khususnya kalangan Mahasiswa sehingga peneliti tertarik menjadikan mahasiswa pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Sriwijaya sebagai objek dalam penelitian. Mahasiswa Pendidikan Ekonomi rata rata memiliki aplikasi *Shopee* dan sering menggunakan Aplikasi *Shopee* dalam berbelanja online seperti pembelian produk kecantikan, elektronik, buku pelajaran, serta produk kesehatan. Berdasarkan studi pendahuluan yang telah diberikan peneliti kepada 30 Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya yang menggunakan aplikasi shopee dan faktor yang mempengaruhi diantaranya harga dan diskon dalam mengakses Aplikasi *Shopee*. Faktor yang mempengaruhi penggunaan tersebut akan membuat individu berani mengambil keputusan Online.

Keputusan pembelian merupakan suatu langkah dalam proses pengambilan keputusan pembeli yang benar-benar melakukan pembelian. Keputusan pembelian didefinisikan sebagai memilih dari dua atau lebih pilihan. Keputusan pembelian adalah proses di mana konsumen mengidentifikasi masalah, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu, mengevaluasi dengan tepat setiap opsi ini, menyelesaikan masalah, dan membuat keputusan pembelian.. Saat membuat keputusan pembelian, sebagian besar calon konsumen memeriksa apakah mereka cocok dengan barang yang mereka beli, atau apakah harga aplikasi Shopee berbeda dengan harga sebenarnya di toko. Kemudian, diskon yang ditawarkan Shopee sangat beragam dan menarik banyak konsumen dalam hal data penjualan Shopee serta kemudahan dan keandalan berbelanja dengan aplikasi Shopee.

Hal ini sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Orfyanny S. Themba (2021) yang berjudul Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Melalui Harga, Diskon,Promo Ongkos Kirim dan Kualitas Produk. Hasil dari penelitian terdapat Harga,diskon,promo gartis ongkos kirim dan kualitas Produk

mempengaruhi signifikan Terhadap Keputusan Pembelian . Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Kyvani Novia Andini (2021). yang berjudul Analisis Faktor faktor yang berpengaruh terhadap keputusan Pembelian online platform E-commerce Shopee . Hasil dari penelitian tersebut bahwa variabel independen yang terdiri dari kepercayaan , minat beli , keamanan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian online platform E-Commerce Shopee.

Berdasarkan Latar belakang tersebut, peneliti melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Sriwijaya”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, yang menjadi permasalahan adalah Bagaimana pengaruh Harga dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Sriwijaya ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh Harga dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Sriwijaya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan secara teoritis mengenai pengaruh harga dan diskon terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Shopee.

## 2. Manfaat Praktis

### a) Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi bahan informasi dan pengalaman dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya mengenai mengenai pengaruh harga dan diskon terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Shopee

### b) Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan serta menjadi pembandingan bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dalam variabel variabel yang sama.

### c) Bagi Aplikasi Shopee

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh harga dan diskon Terhadap Keputusan pembelian di Aplikasi Shopee sehingga bisa meningkatkan strategi penjualan yang inovatif di Aplikasi Shopee.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, W. R. (2021). Analisis Faktor faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online Mahasiswa di Medan pada Aplikasi Shopee. *Accumulated Journal Accounting and Management*, 3, 151.
- Aruf, T. S. (2021). Pengaruh Diskon , Kualitas Website, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee : Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Jurnal Manajemen*, 15 (2), 225.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace : Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *JMPIS*. 3(1): 213.
- Dwi, D. M., Pradiani, T., & Rachmawati, I. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Diskon, Dan Keputusan Pembelian Online Maharani Prima Skin Care Di Blitar. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 8-19.
- Evandio, A. (2021, Oktober Selasa). Shopee Kukuhkan Posisi sebagai E-Commerce Peringkat Atas di Indonesia. (H. Alaydrus, Ed.)
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Fuadah, Z. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Kepercayaan dan Keragaman Produk Terhadap Minat beli Konsumen Saat pandemi Covid-19. *repository software eprints*, 17.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Islam, P. D., Rachma, N., & Slamet, A. R. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen E-Commerce Melalui Bukalapak (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Islam Malang Angkatan 2016). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(01).
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir, K. (2022). Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(13).
- Jayani, D. H. (2021, November Kamis). Kunjungan ke Web Shopee Meningkatkan 5,8% pada kuartal III 2021. (A. Mutia, Ed.) 2021, p. 1.
- Meidi, N. P., Setyariningsih, E., & Utami, B. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), 2937-2952.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185-195.
- Moonti, U. (2015). *Dasar Dasar Pemasaran*. Yogyakarta: INTERPENA Yogyakarta.
- Ningtias, Sela. "Pengaruh Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Shop Shopee di Kecamatan Tanjung Morawa." *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen* 2.1 (2022): 7-17.

- Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43-53.
- Nasution, A. E., & Putri, L. P. (2018). Analisis faktor faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen membeli online. *Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Online*, 6681, 491-497.
- Pratama, W. C., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Promosi Big Sale dan Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Minat Beli Anak Muda di Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi (JEMA) Universitas Ngudi Waluyo*, 3(1), 1-9.
- Saifudin, D. K. (2020). Pengaruh Persepsi Harga dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid 19 Pada Masyarakat Millenial di Jawa Tengah. *JAB (Jurnal Akuntansi Bisnis)*, 6, 3.
- Siregar, R. G. (2020). Studi Pustaka Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Harga, Promosi, Kepercayaan, Citra Merek Dan Kualitas Produk Pada Toko Online Gudanggrosiran. Com. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 560-572.
- Siregar, S (2017). *Statistika Terapan Untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: KENCANA.
- Septalisma, B. (2021, Juli 29). *CNN Indonesia*. Retrieved April 2022, from 13,7 Juta UMKM Sudah Jualan Online, Masih Terfokus di Jakarta: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210729213131-206-674057/137-juta-umkm-sudah-jualan-online-masih-terfokus-di-jakarta>
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku konsumen*. Jakarta: PREENAMEDIA GROUP.
- Shoffi'ul Auli, M. R. (2021, Februari). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10, 113.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R& D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartadi, I. (2021, Oktober 8). *Shopee Jadi E-commerce Peringkat Teratas di Indonesia*. Retrieved April 2022, from Investor.id: <https://investor.id/business/266394/shopee-jadi-ecommerce-peringkat-teratas-dindonesianbsp#:~:text=Pekan%20lalu%2C%20riset%20iPrice%20mengu ngkapkan,juta%20pengunjung%20website%20per%20bulan>.
- Sunyoto, D. (2018). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS ( Center for Academic Publishing Service).
- Syaifudin, D. K. (2020, Juni Kamis). Pengaruh Persepsi Harga dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Millennial Jawa Tengah. 6, p. 6.
- Oktaviani, F. A. (2020). Pengaruh persepsi harga, diskon, dan e-wom terhadap keputusan pembelian voucher traveloka eats (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BAKRIE).

- Oktavia, A., Hiltrimartin, C., & Araiku, J. (2022). Student Analysis Thinking Ability Throuh Blended Learning With Video Tutorials. *Jurnal Aksioma* 11(2):1323.
- Octhaviani, S., & Sibarani, H. J. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek Produk, Kualitas Produk, dan Harga Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kopi Pada Pengguna Aplikasi Grab Food di Kota Medan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(3), 521-528.
- Widjayanto, K. W., Maroah, S., & Danurwindo, M. A. (2022). Pengaruh Harga Diskon Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ojek Online Gojek Di Kota Surabaya. *PROCEEDING UMSURABAYA*, 1(1).
- Witarisma, S. W. (2021, September 26). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Shopee. *2021*, 6.