

**PENGARUH DISKON DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUKALAPAK**

(Studi Kasus Pada Pengguna Bukalapak di Kota Bekasi)

***THE INFLUENCE OF DISCOUNTS AND FREE SHIPPING ON
PURCHASING DECISIONS AT BUKALAPAK***

(Case Study on User Bukalapak in Bekasi City)

Oleh

Dwiky Aryo Widodo Putra

2020410135

Skripsi



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2025

**PENGARUH DISKON DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA BUKALAPAK**

(Studi Kasus Pada Pengguna Bukalapak di Kota Bekasi)

***THE INFLUENCE OF DISCOUNT AND FREE SHIPPING ON
PURCHASING DECISIONS AT BUKALAPAK***

(Case Study on Bukalapak in Bekasi City)

Dosen Pembimbing

Ellena Nurfazria Handayani, S.E, M.M

Oleh

Dwiky Aryo Widodo Putra

2020410135

Skripsi

**Untuk memenuhi gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi
Manajemen pada Universitas Darma Persada**



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH DISKON DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUKALAPAK
(Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia di Jakarta Timur)**

***THE INFLUENCE OF DISCOUNT AND FREE SHIPPING ON
PURCHASING DECISIONS AT BUKALAPAK***

(Case Study on Bukalapak in Bekasi City)

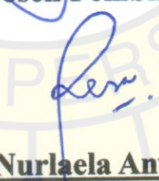
Oleh
Dwiky Aryo Widodo Putra
2020410135

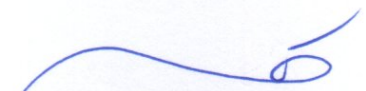
SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana
Ilmu Ekonomi Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada**


**Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini
Jakarta, 10 Februari 2025 dengan nilai B**


Ellena Nurfazria Handayani, S.E, M.M
Dosen Pembimbing


Dr. Resa Nurlaela Anwar, S.E, M.M
Dosen Penguji I


Dr. Firsan Nova, S.E, M.M
Penguji II


Dr. Sukardi, S.E, M.M
Dekan Fakultas Ekonomi


Ellena Nurfazria Handayani, S.E, M.M
Penguji III


Dedi Damhudi, S.E, M.M
Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dwiky Aryo Widodo Putra

NIM : 2020410135

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul **“Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bukalapak (Studi Kasus pada Pengguna Bukalapak di Kota Bekasi)** yang telah di bimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E, M.M. adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan tiruan dari hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya. Demikian pernyataan ini, maka saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 21 Februari 2025



Dwiky Aryo Widodo Putra

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara Diskon dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian pada Bukalapak (Studi Kasus pada Pengguna Bukalapak di Kota Bekasi). Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan cara memberikan kuesioner kepada 100 orang responden pengguna Bukalapak yang mengikuti diskon dan gratis ongkir di Kota Bekasi minimal 4 (empat) kali dalam waktu 2 (dua) bulan terakhir. Teknik sampel menggunakan *non-probability sampling* dan teknik alat analisis dengan menggunakan Regresi Linear Berganda. Penelitian ini dilakukan dengan uji analisis yang diolah menggunakan SPSS versi 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Diskon dan Gratis Ongkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Besarnya pengaruh 0,761 yang berarti bahwa sebesar 76,1% variabel Diskon dan Gratis Ongkir dapat dijelaskan, dipengaruhi oleh Keputusan Pembelian, sedangkan sisanya sebesar 23,9% dipengaruhi oleh variabel luar yang tidak diteliti. Secara Parsial Diskon memiliki pengaruh sebesar 0,552 yang berarti bahwa sebesar 55,2%, dan Gratis Ongkir memiliki pengaruh sebesar 0,550 yang berarti bahwa sebesar 55%.

Kata Kunci : Diskon, Gratis Ongkir, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research aims to find out how big the influence Discounts and Free Shipping have on Purchasing Decisions on Bukalapak (Case Study on Bukalapak Users in Bekasi City). The data collection method used was by giving questionnaires to 100 respondents who were Bukalapak users who participated in discounts and free shipping in Bekasi City at least 4 (four) times in the last 2 (two) months. The sampling technique used non-probability sampling and the analysis tool technique used Multiple Linear Regression. This study was conducted with an analysis test processed using SPSS version 26. The results of this study indicate that Discounts and Free Shipping have a positive and significant effect on Purchasing Decisions. The magnitude of the influence is 0.761, which means that 76.1% of the Discount and Free Shipping variables can be explained, influenced by Purchasing Decisions, while the remaining 23.9% is influenced by external variables that are not studied. Partially, Discount has an influence of 0.552 which means 55.2%, and Free Shipping has an influence of 0.550 which means 55%.

Keywords : Discount, Free Shipping, Purchasing Decisions.



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga tugas akhir skripsi dengan judul **“Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian pada Bukalapak (Studi Kasus Pada Pengguna Bukalapak di Kota Bekasi)”** ini dapat terselesaikan dengan baik diwaktu yang tepat. Skripsi ini dikerjakan demi memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Darma Persada.

Terseleakannya skripsi ini tidak terlepas dari dorongan dan bantuan berbagai pihak, sehingga penulis dengan rasa hormat ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Djoko Agoeng Widodo dan Ibu Rosmidah tercinta yang telah merawat dan membesarkan penulis dan Kakak penulis Widya, yang telah memberikan segalanya baik doa, dukungan, dan support dengan segala bentuk.
2. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir hingga selesai.
3. Ibu Irma Citarayani, S.E, M.SI selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Bapak Dedi Damhudi, S.E, M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

5. Bapak Dr. Sukardi, S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
6. Bapak/Ibu Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Darma Persada.
7. Sahabat seperjuangan saya yakni Donny, Zaki, Iqbal, Andri, Tilam, Ara, Rahma yang sama-sama berjuang dari semester awal hingga akhir, terimakasih atas dukungan, hiburan dan doa selama penyusunan skripsi ini.
8. Rekan-rekan yang sama-sama berjuang dari semester awal hingga akhir, terimakasih atas dukungan, hiburan dan doa selama penyusunan skripsi ini.
9. Pasangan terbaik saya, Syania Rahmatul Azizah yang telah memberikan semangat, dukungan, selama penyusunan skripsi ini hingga selesai.
10. Dan kepada diri sendiri, terimakasih telah berjuang hingga selesai dan terimakasih telah kuat dalam segala hal.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun untuk kebaikan nantinya.

Jakarta, 21 Februari 2025

Dwiky Aryo Widodo Putra

2020410135

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah dan Rumusan Masalah.....	14
1.2.1 Identifikasi Masalah	14
1.2.2 Pembatasan Masalah	15
1.2.3 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Kegunaan Penelitian	17
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Pemasaran	18
2.1.2 Promosi	31

2.1.3 Diskon	36
2.1.4 Gratis Ongkir.....	38
2.1.5 Perilaku Konsumen	41
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	44
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	50
2.4 Hipotesis Penelitian	60
2.5 Paradigma Penelitian	61
BAB III METODE PENELITIAN	58
3.1 Metode yang digunakan.....	58
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	63
3.3. Operasional Variabel.....	63
3.4 Sumber Data dan Cara Penentuan Data.....	68
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	73
3.6 Rencana Analisis dan Uji Hipotesis.....	75
3.6.1 Uji Keabsahan Data.....	75
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	76
3.6.3 Alat Analisis	79
3.6.4 Uji Hipotesis	83
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	85
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	85
4.1.1 Sejarah Bukalapak.....	85
4.1.2 Visi dan Misi Bukalapak	87
4.2 Hasil Penelitian	88
4.2.1 Profil Responden.....	88
4.2.2 Hasil Analisis Statistik Dekriptif Variabel	93

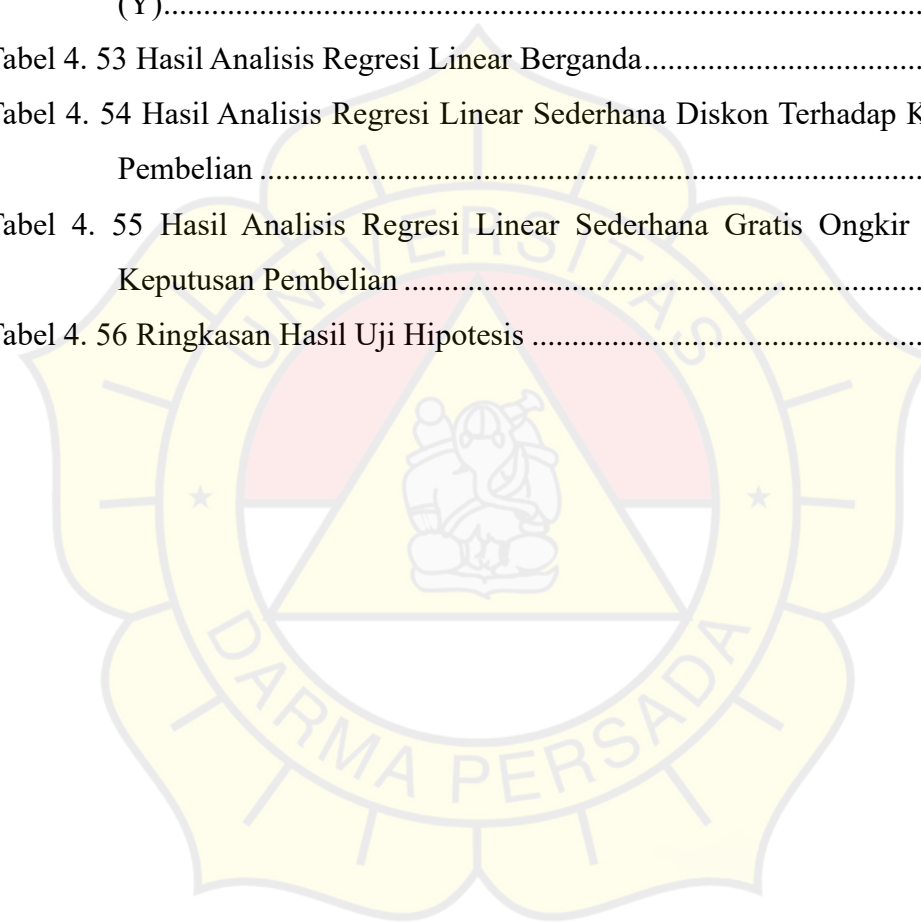
4.2.3 Kesimpulan Hasil Analisis Deskriptif.....	127
4.3 Uji Keabsahan Data	133
4.3.1 Uji Validitas.....	133
4.3.2 Uji Reliabilitas	135
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	136
4.4.1 Uji Normalitas.....	136
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	138
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	140
4.5 Alat Analisis dan Uji Hipotesis.....	141
4.5.1 Koefisien Korelasi (R)	141
4.5.2 Koefisien Determinasi (R^2)	142
4.6 Hasil Paradigma Penelitian.....	152
4.7 Pembahasan.....	153
4.7.1 Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian	154
4.7.2 Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian	155
4.7.3 Pengaruh Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian.....	155
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	157
5.1 Kesimpulan	157
5.2 Saran	158
DAFTAR PUSTAKA.....	160
LAMPIRAN.....	163

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Perilaku Belanja Masyarakat Berdasarkan Promo	10
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya	51
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	64
Tabel 3. 2 Skala Likert	74
Tabel 3. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	81
Tabel 3. 4 Tingkat Koefisien Determinasi (R^2).....	82
Tabel 4. 1 Data yang Diperoleh.....	88
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	89
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	89
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	90
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	91
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	91
Tabel 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Perbulan dalam Menggunakan Bukalapak	92
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 1	94
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 2	95
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 3	96
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 4	97
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 5	98
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 6	99
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 7	100
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 8	101
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 9	102
Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 10	103
Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 11	104
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 12	105

Tabel 4. 20 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 13	106
Tabel 4. 21 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 14	107
Tabel 4. 22 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 15	108
Tabel 4. 23 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 16	109
Tabel 4. 24 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 17	110
Tabel 4. 25 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 18	111
Tabel 4. 26 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 19	112
Tabel 4. 27 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 20	113
Tabel 4. 28 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 21	114
Tabel 4. 29 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 22	115
Tabel 4. 30 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 23	116
Tabel 4. 31 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 24	117
Tabel 4. 32 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 25	118
Tabel 4. 33 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 26	119
Tabel 4. 34 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 27	120
Tabel 4. 35 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 28	121
Tabel 4. 36 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 29	122
Tabel 4. 37 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 30	123
Tabel 4. 38 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 31	124
Tabel 4. 39 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 32	125
Tabel 4. 40 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 33	126
Tabel 4. 41 Kesimpulan Hasil Analisis Deskriptif.....	127
Tabel 4. 42 Hasil Uji Validitas	133
Tabel 4. 43 Hasil Uji Reliabilitas	135
Tabel 4. 44 Uji Normalitas	138
Tabel 4. 45 Hasil Uji Multikolinieritas	139
Tabel 4. 46 Hasil Uji Korelasi.....	141
Tabel 4. 47 Hasil Korelasi Koefisien Determinasi (R^2) Berganda.....	142
Tabel 4. 48 Hasil Koefisien Determinasi (R^2) Sederhana Diskon (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	143

Tabel 4. 49 Hasil Koefisien Determinasi (R^2) Sederhana Gratis Ongkir (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	144
Tabel 4. 50 Hasil Uji F	145
Tabel 4. 51 Hasil Uji T Parsial Diskon (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	146
Tabel 4. 52 Hasil Uji T Parsial Gratis Ongkir (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	147
Tabel 4. 53 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	149
Tabel 4. 54 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Diskon Terhadap Keputusan Pembelian	150
Tabel 4. 55 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian	151
Tabel 4. 56 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	153



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Per Januari 2024.....	2
Gambar 1. 2 <i>E-Commerce</i> dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Januari-Desember 2023).....	4
Gambar 1. 3 Jumlah Kunjungan ke 5 Situs <i>E-Commerce</i> Terbesar di Indonesia (Januari-September 2023).....	5
Gambar 1. 4 5 Top Aplikasi <i>E-Commerce</i> di Indonesia dan Asia Tenggara, Q3 2019	6
Gambar 1. 5 Logo Bukalapak	7
Gambar 1. 6 Promosi Gratis Ongkir pada Bukalapak.....	12
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	59
Gambar 2. 2 Paradigma Penelitian.....	61
Gambar 4. 1 Logo Bukalapak	85
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Garis Diagonal	137
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	140
Gambar 4. 4 Hasil Paradigma Penelitian	152

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 KUESIONER PENELITIAN	164
Lampiran 2 PROFIL RESPONDEN	169
Lampiran 3 HASIL TABULASI DATA KUESIONER VARIABEL DISKON (X1)	176
Lampiran 4 HASIL TABULASI DATA KUESIONER VARIABEL GRATIS ONGKIR (X2)	180
Lampiran 5 HASIL TABULASI DATA KUESIONER VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y).....	183
Lampiran 6 HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS.....	186
Lampiran 7 HASIL OUTPUT UJI RELIABILITAS	193
Lampiran 8 HASIL OUTPUT UJI ASUMSI KLASIK.....	194
Lampiran 9 HASIL UJI KORELASI DAN REGRESI.....	196
Lampiran 10 HASIL UJI HIPOTESIS	198
Lampiran 11 TABEL R	199
Lampiran 12 TABEL DURBIN-WATSON	200
Lampiran 13 TABEL F.....	201
Lampiran 14 TABEL T	202
Lampiran 15 BUKTI PENYEBARAN KUESIONER SECARA ONLINE	203
Lampiran 16 CATATAN KEGIATAN KONSULTASI	208
Lampiran 17 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	209