

**PENGARUH *CASH ON DELIVERY*, PROMOSI
DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI
ONLINE SHOP SHOPEE**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi
Sebagian Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen**



**Disusun oleh :
Muhammad Reza Firmansyah
17022000126**

**UNIVERSITAS MERDEKA
MALANG FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

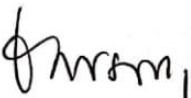
Nama : Muhammad Reza Firmansyah
Nomor Pokok : 17022000126
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH CASH ON DELIVERY, PROMOSI DAN
HARGA TERHADAP MINAT BELI ONLINE SHOP SHOPEE

Malang, Agustust.2022

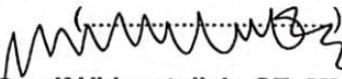
DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing

()

Dr. M. Nur Singgih, MM

()

Dr. Syarif Hidayatullah, SE, MM



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

()

Dr. Rudy Wahyono M.Si

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CASH ON DELIVERY, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ONLINE SHOP SHOPEE

Dipersiapkan dan di susun oleh :
Muhammad Reza Firmansyah
17022000126

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 30 Agustus 2022

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji

Sekretaris Penguji


Dr. Syarif Hidayatullah SE. MM


(.....)
Dra. Sunaryati Hardiani. MM

Anggota Penguji

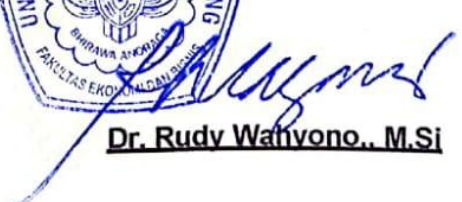

(.....)
Prof. Lilik Kustiani SS.MM

S
L

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis



Malang, 22 September 2022
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang


Dr. Rudy Wahyono. M.Si

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Reza Firmansyah

Nomor Pokok : 17022000126

Program Studi : Manajemen

Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : PENGARUH *CASH ON DELIVERY*, PROMOSI DAN
HARGA TERHADAP MINAT BELI *ONLINE SHOP SHOPEE*

Alamat Rumah Asal : Jl. Sindujoyo 6/7 RT.005 RW.007 Kel.Kroman Kec.Gresik
Jawa Timur

No. Telp/Email : 081244081775/firmansyahreza725@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa penulis benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut di atas adalah benar-benar karya penulis dan tidak melakukan plagiasi. Jika penulis melakukan plagiasi maka penulis bersedia untuk dicabut gelar akademik penulis.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, Agustus 2022



Muhammad Reza Firmansyah

HALAMAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Muhammad Reza Firmansyah

Nomor Pokok : 17022000126

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tempat & Tanggal Lahir : Gresik, 03 September 1999

Alamat : Jl. Sindujoyo 6/7 Gresik Jawa Timur

Nama orang Tua

Ayah : Rusdianto

Ibu : Ellya Maryam

Riwayat Pendidikan

2006-2011 : SD Minu Trate Putra Gresik

2011-2014 : SMP Muhammadiyah 1 Gresik

2014-2017 : SMA Muhammadiyah 1 Gresik

2017-2022 : S1. Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah senantiasa kami panjatkan kehadiran Allah SWT yangtelah melimpahkan rahmat dan karunia nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “PENGARUH *CASH ON DELIVERY*, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI *ONLINE SHOP SHOPEE*” .

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi strata satu(S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.Penyusunan skripsi ini tidak luput dari bantuan, dukungan, bimbingan, dan juga arahan dari banyakpihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkanterima kasih kepada :

1. Dr. Rudi Wahyono,. M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Mohamad Nur Singgih, SE, MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen karena diantara kesibukan tugasnya beliau masih bersedia membantu penulis dalam proses perkuliahan.
3. Dr. Syarif Hidayatullah, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing yang selalu membimbing, membantu dan mendukung dalam proses perkuliahan saya dan menyelesaikan skripsi saya.
4. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memberikan ilmu, pengalaman dan pelajaran yang sangat berharga bagi peneliti.

5. Kedua orang tua saya dan keluarga besar yang senantiasa mendoakandan selalu mendukung saya dengan cara apapun. Terimakasih atas kasih sayang sertadoanya karenanya saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Sarisca Laras, Yohaness Servus, Mahendra Ryan, Andana Ruhannandi, Rosa Novitasari, Rehan Chongli, Fauzan UM, Aldi Wijaya, Rafli Maulidy, Nurizzatin N, Cindy Setianingrum, Annisa Hanif S, Via Aisyah, Tantri, Dwi Bimo L, Intan Cheris, Ari Prakoso, Rama Gisbi, Dandi Kurniawan, Zulham, Wahyu Pratama, Langit Kusuma, Randi dan Para Anggota Grup Mucikari FEB, Bestie, Pecinta AOKA, Subjek Ymir dan seluruh teman-teman yang selalu memberi semangat, motivasi, arahan dan menjadi pendengar yang baik atas semua keluhan dan perhatian selama menyelesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih untuk semua teman-teman seperjuangan angkatan 2017 S1 Manajemen yang selalu bersama-sama menyelesaikan skripsi ini dan semoga kitasemua sukses ke depannya.

Dalam penyelesaian skripsi ini, saya menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan dikarenakan keterbatasan wawasan dan pengalaman yang dimiliki. Maka dari itu, saya memohon maaf apabila terdapat kekurangan, dan berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Malang, 28 Agustus 2022

Muhammad Reza Firmansyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT KENYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAKSI	xii
ABSTRACTION.....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan penelitian	5
BAB II : LANDASAN TEORI.....	7
A. Landasan Teori	7
1. Pemasaran	7
2. COD (<i>Cash On Delivery</i>).....	10
3. Promosi.....	14
4. Harga	18
5. Minat Beli	20
B. Penelitian Terdahulu.....	25
C. Hipotesis Penelitian	27
D. Kerangka Konseptual	29
BAB III : METODE PENELITIAN.....	30
A. Operasional Variable	30
1. Definisi Operasional Variable.....	30
2. Lingkup Penelitian.....	33
3. Lokasi Penelitian.....	33
4. Populasi Dan Teknik Penarikan Sampel.....	33
5. Sumber Data dan Jenis Data	35
6. Teknik Pengumpulan Data.....	36

7. Teknik Analisis Data	36
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Hasil Penelitian	41
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	41
2. Visi Misi Perusahaan	42
3. Logo Shopee.....	43
4. Profil Perusahaan	43
5. Karakteristik Responden	44
B. Hasil Penelitian	46
1. Deskripsi Variable Penelitian.....	46
2. Uji Validitas	53
3. Uji Reliabilitas	55
C. Hasil Analisis Regresi.....	56
1. Regresi Linear Berganda.....	56
2. Uji Hipotesis	58
D. Hasil Pembahasan.....	63
1. Pengaruh COD (<i>Cash On Delivery</i>) Terhadap Minat Beli	63
2. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli	63
3. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli.....	64
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	65
C. Keterbatasan Penelitian	66
Daftar Pustaka	67
Lampiran	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Pengunjung Situs Jual Beli Online Indonesia Tahun 2022	3
Tabel 2. Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3. Poin Liker Scale	38
Tabel 4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 5. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 6. Distribusi Frekuensi Variable Cod (Cash On Delivery) (X1).....	46
Tabel 7. Distribusi Frekuensi Variable Promosi (X2)	48
Tabel 8. Distribusi Frekuensi Variable Harga (X3)	50
Tabel 9. Distribusi Frekuensi Variable Minat Beli (Y)	51
Tabel 10. Uji Validitas Untuk Data Marketplace Shopee	54
Tabel 11. Hasil Reliability Statistics	55
Tabel 12. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	56
Tabel 13. Hasil Anova.....	59
Tabel 14. Hasil Variable Dominan	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	69
Lampiran 1 Tabel Kuisisioner.....	69
Lampiran 2 Tabel Hitungan SPSS	72
Lampiran 3 Berita Acara Bimbingan.....	87
Lampiran 4 Surat Hasil Cek Plagiasi	89

ABSTRAKSI

Perkembangan Internet telah menjadikan perdagangan elektronik sebagai salah satu metode yang paling efektif dan efisien . E-commerce juga memberi pemasar, manajer operasi, dan pengecer peluang baru untukmentransfer bisnis mereka dari toko tradisional biasa ke toko online. Pelanggan hanya bisa duduk di rumah mereka, lakukan pemesanan, bayarmelalui kartu kredit, dan tunggu sampai barangnya diantar ke rumah mereka. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pegaruh COD (*Cash On Delivery*), Promosi dan Harga terhadap Minat Beli *Marketplace* Shopee. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna Shopee dan dengan meneliti 102 sampel responden. Data dikumpulan dengan kuisisioner. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda.

Hasil Penelitian ini Menunjukkan bahwa COD (*Cash On Delivery*) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli *marketplace* Shopee. Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli *marketplace* Shopee. Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli *marketplace* Shopee. COD (*Cash On Delivery*), Promosi, dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli *marketplace* Shopee. Promosi merupakan variable yang paling dominan pengaruhnya terhadap Minat Beli.

Kata Kunci : COD (*Cash On Delivery*), Promosi, Harga, Minat Beli, Shopee.

ABSTRACTION

The development of the Internet has made electronic commerce one of the most effective and efficient methods. E-commerce also provides marketers, operations managers, and retailers with new opportunities to transfer their business from an ordinary traditional store to an online store. Customers can simply sit in their homes, place orders, pay via credit card, and wait for the goods to be delivered to their homes. The purpose of the study was to determine the effect of COD (Cash On Delivery), Promotion and Price on Shopee Marketplace Purchase Interest. This study uses quantitative data. The population of this study are Shopee users and by examining 102 respondents' samples. Data were collected by questionnaire. Analysis of the data in this study using Multiple Linear Regression Analysis.

The results of this study show that COD (Cash On Delivery) has a significant effect on Buying Interest in the Shopee marketplace. Promotions have a significant effect on Shopee marketplace buying interest. Price has a significant effect on Shopee marketplace buying interest. COD (Cash On Delivery), Promotions, and Prices have a significant effect on Buying Interest in the Shopee marketplace. Promotion is the variable that has the most dominant influence on Buying Interest.

Keywords: COD (Cash On Delivery), Promotion, Price, Buying Interest, Shopee.