

**PENGARUH *AFFILIATE MARKETING*, *FLASH SALE*,
DENGAN MEDIASI *FREE SHIPPING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE*
SHOPEE**

**(Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Kalangan Mahasiswa
Universitas Merdeka Malang)**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

Dear Atmaja

20022000153

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Dear Atmaja

Nomor Pokok : 20022000153

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Affiliate Marketing*, *Flash Sale*, dengan Mediasi *Free Shipping* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Kalangan Mahasiswa Universitas Merdeka Malang)

Malang, 5 Februari 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi Manajemen



IRANY WIDIYASTITI, SE., MM

Dosen Pembimbing



DR. H. PUDJO SUGITO, MBA

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



PROF. DR. FAJAR SUPANTO, SE., M.SI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *AFFILIATE MARKETING*, *FLASH SALE*, DENGAN MEDIASI *FREE SHIPPING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE*
(Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Kalangan Mahasiswa Universitas Merdeka Malang)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Dear Atmaja

20022000153

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal 15 Februari 2024

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



DR. H. PUDJO SUGITO, MBA

Sekretaris Penguji



DRS. NIRWANA, MM

Anggota Penguji



DR. HARIANTO RESPATI, SE. MM

Skrripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 15 Februari 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang



PROF. DR. FAJAR SUPANTO, SE., M.SI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Dear Atmaja
NIM : 20022000153
Program Studi : S1 Manajemen
Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *Affiliate Marketing, Flash Sale*, dengan Mediasi *Free Shipping* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Kalangan Mahasiswa Universitas Merdeka Malang)
Lokasi Penelitian : Jl. Terusan Dieng No.62-64 Klojen, Pisang Candi, Kecamatan Sukun, Kota Malang, Jawa Timur.
Alamat Rumah Asli : Jl. Airlangga No.17 Suko, Kecamatan Sumberpucung, Kabupaten Malang.
No. Telp : 089686919172

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas dan tidak melakukan plagiat. Apabila saya melakukan plagiat, maka saya bersedia untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 5 Februari 2024

Peneliti



Dear Atmaja

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Dear Atmaja

Nomor Pokok : 20022000153

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1 Manajemen

Tempat dan Tgl. Lahir : Malang, 12 September 2001

Alamat : Jl. Airlangga No.17 Suko, Kecamatan Sumberpucung, Kabupaten Malang.

Nama Orang Tua (Ayah) : Sumardi
(Ibu) : Krisnawati

Riwayat Pendidikan :

2007-2013 : SDN 1 Kepanjen

2014-2017 : SMPN 4 Kepanjen

2017-2020 : SMAN 1 Sumberpucung

2020-2024 : S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Affiliate Marketing*, *Flash Sale*, Dengan Mediasi *Free Shipping* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Kalangan Mahasiswa Universitas Merdeka Malang)”** ini dengan tepat waktu, sebagai syarat kelulusan untuk mencapai gelar Sarjana Strata 1 Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

Dalam mengerjakan skripsi penelitian ini tentunya tidak hanya berbekal ilmu pengetahuan yang dimiliki, penulis juga mendapatkan bimbingan, dukungan, bantuan dan motivasi dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Fajar Supanto, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Ibu Irfany Widiyastiti, SE., MM selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Merdeka Malang.
3. Bapak Dr. H. Pudjo Sugito, MBA selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dengan sabar, memberikan saran, dan masukan serta dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan sangat baik.
4. Seluruh Dosen dan Staff di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang yang telah memberikan ilmu kepada penulis sebagai bekal untuk masa depan serta membantu semua urusan administrasi yang penulis butuhkan.
5. Kedua orang tua penulis yaitu Mama dan Papa atas segala kasih sayang, kepercayaan, nasihat, dukungan dan doa terbaiknya sehingga penulis bisa melanjutkan kuliah serta berjuang dalam meraih cita-cita penulis.
6. Kepada adik dan kakak penulis yaitu Ramadhan dan Ayu, terima kasih sudah senantiasa memberikan doa, semangat, dan perhatian yang sangat luar biasa.

7. Kepada diri sendiri Dear Atmaja yang telah mampu bertahan hingga detik ini, terimakasih atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah mudah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini.
8. Sahabat dan teman-teman penulis, Aniqo, Lufida, Fatiha, Nurasia, Wanda, Shelsyia, Berliana, Maybell, Kadek, Lala, Olivia, dan Aprilia yang telah banyak membantu penulis dengan memberikan semangat, bantuan, saran dan masukan kepada penulis sehingga proses pengerjaan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
9. Fairuz Zain Alghifani yang selalu menjadi *support system* dalam segala situasi selama melakukan penelitian hingga akhir.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang juga berperan dalam memperlancar penulisan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas seluruh kebaikan kepada semua pihak. Dalam penulisan ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis memohon maaf atas kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini serta bersedia dengan sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran yang membangun.

Malang, 5 Februari 2024

Penulis



Dear Atmaja

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Tinjauan Pustaka	11
1. Hasil Penelitian Terdahulu	11
2. Landasan Teori	16
B. Pengembangan Hipotesis	33
1. Hubungan Antar Variabel	33
2. Kerangka Konseptual	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Definisi Operasional Variabel	38
B. Lingkup Penelitian	41
C. Lokasi Penelitian	41
D. Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	42
E. Jenis dan Sumber Data	43
F. Teknik Pengumpulan Data	45
G. Teknik Analisis Data	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	51
A. Hasil Penelitian	51
1. Profil Perusahaan	51
2. Sejarah Perusahaan.....	53
3. Visi & Misi dan Nilai Perusahaan.....	54
4. Produk, Program, dan Fitur Perusahaan.....	55
5. Prestasi dan Penghargaan Perusahaan	58
6. Hasil Analisis Deskriptif	58
7. Hasil Analisis Metode <i>Partial Least Square</i> (PLS)	74
B. Pembahasan Hasil Penelitian	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran.....	94
C. Keterbatasan Penelitian.....	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Skor Skala Likert.....	46
Tabel 2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 3 Identitas Responden Berdasarkan Fakultas	60
Tabel 4 Jawaban Responden Terhadap <i>Affiliate Marketing</i> (X1)	61
Tabel 5 Jawaban Responden Terhadap <i>Flash Sale</i> (X2)	65
Tabel 6 Jawaban Responden Terhadap <i>Free Shipping</i> (Z).....	68
Tabel 7 Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	71
Tabel 8 <i>Outer Loading Factor</i>	75
Tabel 9 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	77
Tabel 10 <i>Cross Loading</i>	78
Tabel 11 <i>Composite Reliability</i>	81
Tabel 12 <i>R Square</i> (R^2)	82
Tabel 13 <i>Q Square</i> (Q^2).....	83
Tabel 14 Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>).....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2013 – Januari 2023)	1
Gambar 2 Rata-Rata Jumlah Kunjungan Kelima Situs <i>Marketplace</i> Terbesar di Indonesia (Kuartal I-III 2023)	4
Gambar 3 Kerangka Konseptual	37
Gambar 4 Logo Perusahaan.....	51
Gambar 5 Tampilan Website Shopee	52
Gambar 6 Tampilan Aplikasi Shopee	52
Gambar 7 <i>Output Uji Outer Model</i>	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	100
Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Responden	107
Lampiran 3. <i>Output SmartPLS</i>	115
Lampiran 4. Berita Acara Bimbingan Skripsi	117
Lampiran 5. Berita Acara Perbaikan Skripsi	118
Lampiran 6. Hasil Cek Plagiasi.....	119

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan suatu perilaku konsumen dalam memilih dan menilai berbagai pilihan yang tersedia berdasarkan alasan tertentu konsumen yang dianggap paling menguntungkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *affiliate marketing*, *flash sale*, dengan mediasi *free shipping* terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee (studi kasus pada pengguna Shopee di kalangan mahasiswa Universitas Merdeka Malang). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 90 orang, dengan metode *simple random sampling*. Pengumpulan data diperoleh dari penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan *software SmartPLS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *affiliate marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Universitas Merdeka Malang pada *marketplace* Shopee, 2) *flash sale* berpengaruh langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Universitas Merdeka Malang pada *marketplace* Shopee, 3) *free shipping* mampu memediasi pengaruh variabel *affiliate marketing* terhadap keputusan pembelian mahasiswa Universitas Merdeka Malang pada *marketplace* Shopee, 4) *free shipping* tidak mampu memediasi pengaruh variabel *flash sale* terhadap keputusan pembelian mahasiswa Universitas Merdeka Malang pada *marketplace* Shopee, 5) *free shipping* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Universitas Merdeka Malang pada *marketplace* Shopee.

Kata Kunci : *Affiliate Marketing, Flash Sale, Free Shipping, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Purchasing decision is a consumer behavior in selecting and assessing various options available based on certain reasons consumers consider the most profitable. This study aims to determine and analyze the effect of affiliate marketing, flash sales, with free shipping mediation on purchasing decisions at the Shopee marketplace (case study on Shopee users among students at Merdeka University Malang). The number of samples used in this study was 90 people, using the simple random sampling method. Data collection was obtained from distributing questionnaires. The data analysis technique used is the Partial Least Square (PLS) method using SmartPLS software. The results showed that 1) affiliate marketing has no significant effect on the purchasing decisions of students of the Merdeka University of Malang in the Shopee marketplace, 2) flash sales have a direct and significant effect on the purchasing decisions of students of the Merdeka University of Malang in the Shopee marketplace, 3) free shipping is able to mediate the effect of affiliate marketing variables on purchasing decisions of students of the Merdeka University of Malang in the Shopee marketplace, 4) free shipping is not able to mediate the effect of flash sale variables on purchasing decisions of students of the Merdeka University of Malang in the Shopee marketplace, 5) free shipping has a significant effect on purchasing decisions of students of the Merdeka University of Malang in the Shopee marketplace.

Keywords : *Affiliate Marketing, Flash Sale, Free Shipping, Purchase Decision*