

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN POTONGAN HARGA (DISKON)
TERHADAP MINAT BELI PRODUK ROUGHNECK DI SHOPEE**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

IVANDER LIONELD SUTANTO

18042010100

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN POTONGAN HARGA (DISKON)
TERHADAP MINAT BELI PRODUK ROUGHNECK DI SHOPEE**

Disusun Oleh:

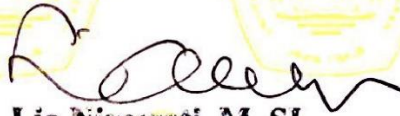
IVANDER LIONELD SUTANTO

NPM. 18042010100

Telah disetujui untuk mengikuti ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing



Dra. Lia Nirawati, M. SI

NIP. 196009241993032091

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA

NIP. 195907011987031001

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN POTONGAN HARGA (DISKON)
TERHADAP MINAT BELI PRODUK ROUGHNECK DI SHOPEE**


Disusun oleh:

**Ivander Lioneld Sutanto
NPM. 18042010100**

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 15 Desember 2022

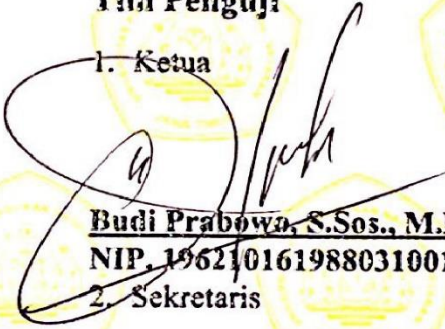
Menyetujui,


Pembimbing Utama



**Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001**

Tim Penguji

1. Ketua



**Budi Prabawa, S.Sos., M.M
NIP. 196210161988031001**
2. Sekretaris


**Dr. Jojok Dwiridotjahjono, M.Si
NPT. 370119500421**
3. Anggota


**Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001**

Mengetahui,

**DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**


**Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA
NIP. 195907011987031001**

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No. 17 Tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme

Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul:

Pengaruh Media Sosial dan Potongan Harga (Diskon) Terhadap Minat Beli Produk Roughneck di Shopee

Menyatakan bahwa Skripsi tersebut di atas bebas dari plagiarisme

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan saya sanggup mempertanggungjawabkan sesuai dengan hukum dan perundangan yang berlaku.

Surabaya, 22 Desember 2022

Yang Membuat Pernyataan



METERAI
TEMPEL
4EFAJX997601125

Ivander Lioneld Sutanto

Npm: 18042010100

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN POTONGAN HARGA (DISKON) TERHADAP MINAT BELI PRODUK ROUGHNECK DI SHOPEE**. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu tugas akhir sebagai syarat kelulusan program Sarjana di Jurusan Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan baik dan lancar tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian skripsi ini, khususnya kepada Ibu **Dra. Lia Nirawati, M.Si** selaku dosen pembimbing penelitian ini yang telah bersedia memberikan masukan dan bimbingannya. Terimakasih juga penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang turut membantu penulis dengan caranya masing-masing dalam terselesaikannya skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua serta anggota keluarga yang selalu memberi dukungan baik moril maupun materil kepada penulis selama ini.
5. Rekan-rekan Mahasiswa mulai dari Iqbal Assigaf, Hendrik Agil, Agung Irsyad, Virara Aprilia, Octaviana Norma Y, Shafira Khairil, khususnya Rif’ah Malia, Dimas Barent, dan Erica Yusy.
6. Teman-teman Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis khususnya angkatan 2018 yang juga memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Para responden, yang bersedia meluangkan waktu untuk membantu proses pengambilan data penelitian skripsi.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi teknis maupun segi penyusunan dalam skripsi ini. Untuk itu, penulis senantiasa bersedia dan terbuka dalam menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih dan semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan petunjuk dan bimbingannya bagi kita semua.

Surabaya, Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| Lembar Persetujuan | |
| Lembar Pengesahan | |
| Kata pengantar | i |
| Daftar isi | iii |
| Daftar gambar | vi |
| Daftar tabel | vii |
| Abstraksi | viii |
| Abstract | ix |
| Bab I Pendahuluan | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 10 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 11 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 11 |
| Bab II Tinjauan Pustaka | 12 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 12 |
| 2.2 Landasan Teori | 16 |
| 2.2.1 Pemasaran | 16 |
| 2.2.2 Pemasaran Online | 20 |
| 2.2.3 Pemasaran Jasa | 21 |
| 2.2.4 Perdagangan Elektronik (<i>E-commerce</i>) | 22 |
| 2.2.5 Media Sosial | 23 |
| 2.2.6 Potongan Harga (Diskon) | 28 |
| 2.2.7 Minat Beli | 30 |
| 2.3 Kerangka Berpikir | 32 |
| 2.4 Hipotesis | 34 |
| Bab III Metode Penelitian | 35 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 35 |
| 3.2 Definisi Pengukuran dan Variabel Operasional | 35 |
| 3.2.1 Definisi Variabel Operasional | 35 |

| | |
|--|----|
| 3.2.2 Pengukuran Variabel..... | 39 |
| 3.3 Populasi, Sampel, dan Penarikan Sampel | 40 |
| 3.3.1 Populasi | 40 |
| 3.3.2 Sampel..... | 40 |
| 3.3.3 Penarikan Sampel..... | 41 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data..... | 42 |
| 3.4.1 Sumber Data | 42 |
| 3.4.2 Metode Pengumpulan Data | 43 |
| 3.5 Uji Instrument Penelitian | 44 |
| 3.5.1 Uji Validitas..... | 44 |
| 3.5.2 Uji Reliabilitas | 45 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 45 |
| 3.6.1 Uji Asumsi Klasik | 46 |
| 3.6.2 Analisis Regresi Berganda..... | 48 |
| 3.7 Teknik Uji Hipotesis..... | 49 |
| 3.7.1 Uji F (Simultan)..... | 49 |
| 3.7.2 Uji T (Parsial) | 50 |
| 3.8 Jadwal Penelitian | 52 |
| Bab IV Hasil dan Pembahasan | 53 |
| 4.1 Hasil..... | 53 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 53 |
| 4.2 Penyajian Data..... | 54 |
| 4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden | 54 |
| 4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden | 58 |
| 4.3 Analisis Data Penelitian dan Pengujian Hipotesis..... | 67 |
| 4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 67 |
| 4.3.2 Uji Asumsi Klasik | 70 |
| 4.3.3 Analisis Regresi Berganda | 74 |
| 4.3.4 Pengujian Hipotesis | 76 |
| 4.4 Pembahasan Hasil Penelitian | 82 |
| 4.4.1 Pengaruh Media Sosial dan Potongan Harga secara simultan terhadap Media Sosial (Uji F) | 82 |
| 4.4.2 Pengaruh Media Sosial dan Potongan Harga secara parsial terhadap Minat Beli (Uji T)..... | 84 |
| 4.4.3 Hambatan Penelitian..... | 87 |

| | |
|---|----|
| 4.4.4 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Hasil Penelitian..... | 87 |
| Bab V Penutup..... | 89 |
| 5.1 Kesimpulan | 89 |
| 5.2 Saran | 89 |
| DAFTAR PUSTAKA | 91 |
| LAMPIRAN | 94 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung Situs E-Commerce di Asia Tenggara (2021)..... | 3 |
| Gambar 1.2 Akun Official Roughneck di Instagram..... | 8 |
| Gambar 1.3 Akun Official Roughneck di Tiktok..... | 9 |
| Gambar 1.4 Pengguna Instagram Berdasarkan Kelompok Usia & Jenis Kelamin (Oktober 2021) | 9 |
| Gambar 1.5 Akun Official Store Roughneck di Shopee..... | 10 |
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir | 34 |
| Gambar 4.1 Logo Roughneck 1991 | 54 |
| Gambar 4.2 Diagram Jenis Kelamin Responden..... | 55 |
| Gambar 4.3 Diagram Usia Responden..... | 56 |
| Gambar 4.4 Diagram Frekuensi Mengunjungi Roughneck Official Store di Shopee | 57 |
| Gambar 4.5 Uji Heteroskedastisitas..... | 73 |
| Gambar 4.6 Kurva Uji t X1 | 80 |
| Gambar 4.7 Kurva Uji t X2..... | 82 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3.1 Jadwal Penelitian..... | 52 |
| Tabel 4.1 Hasil Jawaban Responden Mengenai Variabel X1 | 58 |
| Tabel 4.2 Hasil Jawaban Responden Mengenai Variabel X2 | 61 |
| Tabel 4.3 Hasil Jawaban Responden Mengenai Variabel Y | 64 |
| Tabel 4.4 Uji Validitas Media Sosial (X1)..... | 67 |
| Tabel 4.5 Uji Validitas Potongan Harga (X2)..... | 68 |
| Tabel 4.6 Uji Validitas Minat Beli (Y) | 68 |
| Tabel 4.7 Uji Reliabilitas | 69 |
| Tabel 4.8 Uji Normalitas..... | 71 |
| Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas | 72 |
| Tabel 4.10 Uji Autokorelasi | 74 |
| Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Berganda..... | 75 |
| Tabel 4.12 Uji Simultan (F) | 77 |
| Tabel 4.13 Uji Parsial (T)..... | 79 |
| Tabel 4.14 Persamaan dan Perbedaan Hasil Penelitian | 87 |

ABSTRAKSI

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN POTONGAN HARGA (DISKON) TERHADAP MINAT BELI PRODUK ROUGHNECK DI SHOPEE

Dalam era digital pada saat ini, peran *e-commerce* dan Media Sosial sangat penting dalam mengembangkan dan memperluas bisnis, tentunya memberikan Potongan Harga (Diskon) juga merupakan strategi pemasaran yang dapat meningkatkan minat beli produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Media Sosial dan Potongan Harga terhadap Minat Beli produk Roughneck di Shopee. Jenis Penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan pendekatan asosiatif dan menggunakan analisis regresi linear berganda. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel Media Sosial dan Potongan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Secara parsial, variabel Media Sosial dan Potongan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Beli.

Kata kunci: Media Sosial; Potongan Harga; Minat Beli; Roughneck; Shopee.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA AND DISCOUNTS ON BUYING INTEREST OF ROUGHNECK PRODUCTS ON SHOPEE

In today's digital era, the role of e-commerce and Social Media is very important in developing and expanding a business, of course, providing Discounts is also a marketing strategy that can increase interest in buying products. This study aims to find out and analyze the influence of Social Media and Discounts on Interest in Buying Roughneck products on Shopee. This type of research is descriptive quantitative with an associative approach and uses multiple linear regression analysis. The sampling technique used in this study was nonprobability sampling with a purposive sampling approach. The results of this study show that simultaneously, the variables of Social Media and Discounts have a positive and significant effect on Buying Interest. Partially, the variables Social Media and Discounts have a positive and significant effect on the variables of Buying Interest.

Keywords: Social Media; Discount; Buying Interest; Roughneck; Shopee.