

**ANALISIS PENGARUH JENIS PEMBERIAN VOUCHER PELANGGAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI *SHOPEE FOOD* DI KOTA SURABAYA  
MENGUNAKAN REGRESI LINIER BERGANDA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Teknik  
Program Studi Teknik Industri**



**DISUSUN OLEH :**

**MUHAMMAD FUAD NASRULLAH  
17032010095**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH JENIS PEMBERIAN VOUCHER PELANGGAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE  
FOOD DI KOTA SURABAYA MENGGUNAKAN REGRESI LINIER

BERGANDA

Disusun Oleh:

Muhammad Fuad Nasrullah

17032010093

Telah Melaksanakan Ujian Lisan

Surabaya, 18 Februari 2022

Dosen Pembimbing,



Eni Ariyani ST.MT  
NIP. 3 7009 95 0041 1

Mengetahui,

Dekan, Fakultas Teknik  
UPN "Veteran" Jawa Timur



Dr. Dra. Jariyah, MP  
NIP. 19650403 199103 2 001



## KETERANGAN REVISI

Mahasiswa dibawah ini :

N a m a : Muhammad Nasrullah  
N P M : 17032010095  
Jurusan : ~~Teknik Kimia / Teknik Industri / Teknologi Pangan /  
Teknik Sipil / Teknik Lingkungan / Teknik Mesin~~

Telah mengerjakan revisi / tidak ada revisi \*) ~~PRA RENCANA (DESIGN) / SKRIPSI / TUGAS-  
AKHIR~~ Ujian Lisan Gelombang Pebruari 2022, TA. 2021/2022 dengan judul :



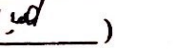
ANALISIS PENGARUH JENIS PEMBERIAN VOUCHER PELANGGAN TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPE FOOD DI KOTA SURABAYA

MENGGUNAKAN REGRESI LINEAR BERGANDA

Surabaya,

Dosen Penguji yang memerintahkan *Revisi* :

1. Ir.Yustina Ngatilah MT. (  )
2. Eni Ariyani ST.MT. (  )
3. Ir.Sumiaty MT. (  )

Mengetahui :  
Dosen Pembimbing,



Eni Ariyani ST.MT

Catatan : \*). Coret yang tidak perlu.



## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Fuad NAsruallah  
NPM : 17032010095  
Program Studi : Teknik Industri  
Alamat : Jl. Avia no 200,lemahputro,Sidoarjo  
No. HP : 08964760373  
Alamat e-mail : fuadmavu12@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa ini sebagian maupun keseluruhan skripsi saya dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH JENIS PEMBERIAN VOUCHER PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE FOOD DI KOTA SURABAYA MENGGUNAKAN REGRESI LINIER BERGANDA**

Adalah benar penelitian saya sendiri atau bukan plagiat hasil penelitian orang lain, diselesaikan tanpa menggunakan bahan-bahan yang tidak diijinkan dan saya ajukan sebagai persyaratan kelulusan program sarjana Teknik Industri, Fakultas Teknik, UPN "Veteran" Jawa Timur. Apabila ternyata pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya,

Mengetahui,

Yang Membuat Pernyataan

Dr. Dira Ernawati, ST., MT  
NIP.19780602 202121 2 003



Muhammad Fuad Nasruallah  
NPM. 17032010095

## KATA PENGANTAR

Assalamu'allaikum Wr. Wb

Puji Tuhan, segala puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan Karunia-Nya sehingga skripsi penelitian ini dengan judul “analisis pengaruh kreativitas iklan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee di Surabaya”

Skripsi ini disusun guna mengikuti syarat kurikulum tingkat sarjana (S1) bagi setiap mahasiswa Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik UPN “Veteran” Jawa Timur. Kami menyadari bahwa Skripsi ini masih kurang sempurna, penulis menerima adanya saran dan kritik untuk membenahinya.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis mendapat banyak sekali bimbingan dan juga bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT. Selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Jariyah, MP. Selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Dira Ernawati, ST., MT. Selaku Koordinator Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Ibu Enny Selaku Dosen Pembimbing Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Bapak dan ibu penguji yang membantu dalam membenahan laporan skripsi saya ini serta bantuan lain-lainnya.
6. Semua dosen yang pernah mengajar dan membimbing saya dan juga staff UPN yang membantu saya dalam proses pencapaian tugas akhir ini.
7. Untuk kedua orang tua dan saudara saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya hingga saya bisa sampai saat ini.
8. Untuk teman-teman dan semua orang yang mendukung dan membantu saya dalam menyusun skripsi ini.

Penulis sadar bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan dapat membantu penulis dimasa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat sekaligus dapat menambah wawasan serta berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 30 Februari 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

**COVER**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**KATA PENGANTAR** ..... i

**DAFTAR ISI** ..... iii

**DAFTAR GAMBAR**..... vii

**DAFTAR TABEL** ..... viii

**DAFTAR LAMPIRAN** ..... ix

**ABSTRAK** ..... x

**ABSTRACT** ..... xi

**BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang..... 1

1.2 Perumusan Masalah .....5

1.3 Batasan Masalah .....5

1.4 Asumsi .....5

1.5 Tujuan Penelitian .....6

1.6 Manfaat Penelitian .....6

1.7 Sistematika Penulisan .....7

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Pemasarann (*Marketing*).....9

2.2 Produk.....9

2.2.1 Harga..... 11

2.2.2	Tempat/ Saluran Distribusi .....	12
2.2.3	Promosi .....	15
2.2.4	<i>Physical evidence</i> (Lingkungan Fisik) .....	16
2.2.5	<i>People</i> (Orang) .....	16
2.2.6	<i>Process</i> (Proses) .....	17
2.3	Konsumen .....	17
2.4	Keputusan Pembelian .....	18
2.4.1	Tingkatan Pembuatan Keputusan Konsumen .....	18
2.4.2	Model Proses Keputusan Pembelian.....	19
2.5	Kuisisioner.....	21
2.6	Jenis Skala Kuisisioner.....	23
2.7	Skala <i>Likert</i> .....	24
2.8	Teknik <i>Sampling</i> .....	25
2.9	Penentuan Jumlah Sampel .....	27
2.10	Uji Validitas.....	28
2.11	Uji Reliabilitas Kuisisioner (Data) .....	29
2.12	Uji Multikolinearitas.....	30
2.13	Uji Meteroskedatistas .....	32
2.14	Uji Autokorelasi.....	33
2.15	Uji Normalitas .....	33
2.16	Analisa Regresi Linier Berganda .....	34
2.17	Penelitian Terdahulu.....	36



### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	39
3.2	Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel .....	39
3.2.1	Identifikasi Variabel.....	39
3.2.2	Definisi Operasional Variabel.....	40
3.3	Langkah-langkah Pemecahan Masalah.....	43

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1	Pengumpulan Data .....	48
4.1.1	Penyebaran Kuisisioner .....	48
4.1.2	Uji Kecukupan Data.....	48
4.1.3	Uji Validitas .....	49
4.1.4	Uji Reliabilitas .....	51
4.2	Pengolahan Data .....	52
4.2.1	Uji Normalitas.....	52
4.2.2	Uji Autokorelasi .....	52
4.2.3	Uji Multikolineartitas.....	53
4.2.4	Uji Heteroskedastitas .....	55
4.2.5	Uji Regresi Berganda .....	56
	4.2.5.1 Analisis Linier Berganda Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee .....	56
	4.2.5.2 Koefisien Determinasi .....	67
	4.2.5.3 Analisa Korelasi.....	68

4.2.5.3 Uji F .....	68
4.2.5.4 Uji T .....	69
4.3 Hasil dan Pembahasan .....	71
4.3.1 Pembahasan.....	72
4.3.2 Analisa Hasil Penelitian.....	75

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Saran .....	78

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tahap-Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian.....	11
Gambar 3.1	Langkah-langkah Pemecahan Masalah.....	38

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Kriteria Validitas Instrumen Tes .....	27
Tabel 4.1	Data Atribut-Atribut yang Digunakan Dalam Penelitian .....	43
Tabel 4.2	Validitas Kuisisioner Pelanggan .....	46
Tabel 4.3	Hasil Uji Realibilitas Kuisisioner.....	47
Tabel 4.4	Uji Normalitas .....	48
Tabel 4.5	Uji Autokorelasi .....	49
Tabel 4.6	Uji Multikolinearitas .....	50
Tabel 4.7	Uji Heteroskedastitas .....	51
Tabel 4.8	Analisa Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 4.9	Koefisien Determinasi.....	54
Tabel 4.10	Analisa Korelasi .....	55
Tabel 4.11	Uji F.....	56
Tabel 4.12	Uji T Variabel Voucher gratis ongkir maksimal Rp.9000 .....	57
Tabel 4.13	Uji T Variabel Voucher diskon 60% dengan maksimal diskon Rp. 25.000 dan minimal pembelian Rp. 40.000.....	57
Tabel 4.14	Uji T Variabel Voucher diskon 30% sampai dengan 50% dengan maksimal diskon Rp. 18.000 dengan pembelian Rp. 40.000 .....	58
Tabel 4.15	Uji T Variabel Voucher diskon senilai Rp. 150.000 dijual Rp. 1 dengan syarat pemakaian maksimal Rp. 10.000/transaksi dengan 15x transaksi.....	58
Tabel 4.16	Uji T Variabel Voucher diskon paket makanan pada restoran.....	59

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner
Lampiran 2	Tabel Data Hasil Kuisisioner
Lampiran 3	Tabel Data Hasil Rata-Rata Kuisisioner
Lampiran 4	Tabel F
Lampiran 5	Tabel T
Lampiran 6	Tabel Durbin Watson
Lampiran 7	Tabel R

## ABSTRAK

Shopee adalah salah satu *Ecommerce* di Indonesia yang perkembangannya bisa dikatakan cukup pesat. Sebagai Salah satu *Ecommerce* terbesar yang ada di Indonesia, Shopee terus berinovasi untuk dapat memberikan kepuasan terhadap para penggunanya. Salah satu fitur layanan terbaru yang diluncurkan oleh Shopee adalah *Shopee Food*. Berdasarkan uraian tingkat penggunaan aplikasi Shopee yang ada di Indonesia serta tingginya aktivitas belanja *online* yang dilakukan warga Surabaya, peneliti ingin mengetahui tingkat keputusan masyarakat terutama dalam memesan makanan menggunakan shopee Food di Surabaya. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis pemberian voucher pelanggan sebagai variabel bebas. Hal ini dikarenakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat keinginan masyarakat dalam menentukan keputusan untuk menggunakan aplikasi Shopee Food jika disediakan berbagai voucher pelanggan yang menarik. Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda, untuk menentukan pengaruh kreativitas iklan yang telah shopee terapkan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee dan mengetahui strategi paling efektif yang telah dijalankan. Hasil penelitian yang didapatkan adalah pengaruh kreativitas iklan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi E-commerce XYZ didapatkan Model regresi linier berganda  $Y = 0,705 + 0,127X_1 + 0,228X_2 + 0,015X_3 + 0,266X_4 + 0,284X_5$ . Yang artinya pengaruh Pemberian voucher diskon makanan pada restoran tertentu ( $X_5$ ) sebesar 28,4% memiliki pengaruh paling besar kemudian voucher diskon senilai Rp. 150.000 seharga Rp.1 dengan sistem pemakaian senilai Rp. 10.000 dengan 12x transaksi dan Rp.30.000 dengan 1x transaksi ( $X_4$ ) sebesar 26,6% dilanjutkan dengan voucher diskon 60% dengan maksimal diskon Rp. 25.000 dan minimal pembelian Rp. 40.000 ( $X_2$ ) sebesar 22,8%, lalu voucher gratis ongkir maksimal Rp.9000 ( $X_1$ ) memiliki pengaruh sebesar 12,7%, dan terakhir Voucher diskon 30% sampai dengan 50% dengan maksimal diskon Rp. 18.000 dengan pembelian Rp. 40.000 ( $X_3$ ) sebesar 1,5%.

***Kata Kunci:*** *Voucher Pelanggan, Keputusan Pembelian, Regresi Linier Berganda*

## **ABSTRACT**

*Shopee is one of the E-commerce in Indonesia whose development can be said to be quite fast. As one of the largest e-commerce sites in Indonesia, Shopee continues to take pictures to give satisfaction to its users. One of the newest service features launched by Shopee is Shopee Food. Based on the level of use of the Shopee application in Indonesia as well as increasing online shopping activities carried out by Surabaya residents, researchers want to know the level of community decisions, especially in food using Shopee Food in Surabaya. The indicator used in this study is the type of giving vouchers to customers as an independent variable. This is because to find out how much the community wants in determining the decision to use the Shopee Food application if various attractive customer vouchers are provided*

*This study uses multiple linear regression method, to determine the effect of advertising creativity that has been done by Shopee on purchasing decisions on the Shopee application and to find out the most effective strategy that has been implemented.*

*The results obtained are the influence of advertising creativity on purchasing decisions in the XYZ E-commerce application, the multiple linear regression model  $Y = 0.705 + 0.127X1 + 0.228X2 + 0.015X3 + 0.266X4 + 0.284X5$ . it means that the effect of discount vouchers for food packages at certain restaurants (X5) of 28.4% has the greatest influence then a discount of Rp. 150,000 for Rp. 1 with the use of the system worth Rp. 10,000 with 12x transactions and Rp.30,000 with 1x transaction (X4) of 26.6% followed by a 60% discount voucher with a maximum discount of Rp. 25,000 and a minimum purchase of Rp. 40,000 (X2) of 22.8%, then a free shipping voucher with a maximum of Rp. 9000 (X1) has an effect of 12.7%, and finally a 50% and 30% discount voucher with a maximum discount of Rp. 18.0000 and a minimum purchase of Rp. 40,000 (X3) at 1.5%.*

*Keywords: Customer Voucher, Purchasing Decisions, Multiple Linear Regression*