

**PENGARUH VOUCHER DISCOUNT DAN VOUCHER GRATIS ONGKIR PADA  
FITUR SHOPEE LIVE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI  
E-COMMERCE SHOPEE PADA MAHASISWA  
UPN VETERAN JATIM SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**Yudhistira Rakha Syandana Waluya  
21012010347/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2025**

**PENGARUH VOUCHER DISCOUNT DAN VOUCHER GRATIS ONGKIR PADA  
FITUR SHOPEE LIVE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI  
E-COMMERCE SHOPEE PADA MAHASISWA  
UPN VETERAN JATIM SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Diajukan Oleh:**

**Yudhistira Rakha Syandana Waluya  
21012010347/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2025**

**SKRIPSI**

**PENGARUH VOUCHER DISCOUNT DAN VOUCHER GRATIS ONGKIR PADA  
FITUR SHOPEE LIVE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI  
E-COMMERCE SHOPEE PADA MAHASISWA  
UPN VETERAN JATIM SURABAYA**

**Disusun Oleh:**

**YUDHISTIRA RAKHA SYANDANA WALUYA**

**21012010347/FEB/EM**

**Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi**

**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

**Pada Tanggal : 20 Agustus 2025**

**Pembimbing Utama**

**Drs. Zawawi, SE, MM, M.Pd.**  
**NIP. 197006252021211003**

**Tim Penguji Ketua**

**Dr.Dra.Ec. Tri Kartika P.M.Si, CRP**  
**NIP. 196304201991032001**

**Anggota**

**Dra.Ec. Mei Retno Adiwati, M.Si**  
**NIP. 196605161991032001**

**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP.**  
**NIP.-196304201991032001**



## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yudhistira Rakha Syandana Waluya  
NPM : 21012010347  
Program : Sarjana(S1)/~~Magister (S2)~~ / ~~Doktor (S3)~~  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/~~Tesis/Disertasi~~\* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemulan indikasi plagiat pada Skripsi/~~Tesis/Desertasi~~ ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 20 Agustus 2025  
Yang Membuat pernyataan



Yudhistira Rakha Syandana Waluya  
NPM. 21012010347

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang telah disusun dengan judul **“Pengaruh Voucher Discount dan Voucher Gratis Ongkir pada fitur Shopee Live terhadap keputusan pembelian di E-Commerce Shopee pada mahasiswa UPN Veteran Jatim Surabaya”**

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” JawaTimur.

Penulis telah melewati banyak macam rintangan dan hambatan dalam menyelesaikan skripsi. Dengan adanya doa, usaha dan motivasi dari berbagai pihak yang terkait, penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

Bantuan dan bimbingan yang diberikan dari berbagai pihak karena telah meluangkan waktu, pikiran dan juga tenaga sangat membantu penulis untuk melewati kesulitan, rintangan dan hambatan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, dengan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih dengan tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.T, selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah menyediakan sarana dan prasaran dalam mendukung penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Drs. Zawawi, SE, MM, M.Pd selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, bantuan, arahan, ilmu, waktu, pikiran, tenaga, kritik serta saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan lancar.
5. Kedua orang tua penulis, dan saudara, yang telah memberikan dukungan baik secara finansial dan non-finansial, doa dan juga restu yang telah diberikan sehingga membuat saya lebih kuat dalam menyelesaikan skripsi.
6. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam memberikan saran, motivasi dan semangat dalam penyusunan skripsi ini, saya mengucapkan terima kasih.

Penulis menyadari bahwa kesempurnaan hanya milik Allah SWT, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penyusunan skripsi ini. Semoga kita selalu diberkahi oleh Allah SWT.

Surabaya, 22 Februari 2025

Surabaya

## DAFTAR ISI

|                                                                         |      |
|-------------------------------------------------------------------------|------|
| KATA PENGANTAR .....                                                    | i    |
| DAFTAR ISI.....                                                         | iii  |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                     | vi   |
| DAFTAR TABEL .....                                                      | vii  |
| ABSTRAK .....                                                           | viii |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                                  | 1    |
| 1.1. LATAR BELAKANG.....                                                | 1    |
| 1.2 RUMUSAN MASALAH .....                                               | 8    |
| 1.3. TUJUAN PENELITIAN .....                                            | 8    |
| 1.4. MANFAAT PENELITIAN.....                                            | 8    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                                            | 10   |
| 2.1. PENELITIAN TERDAHULU .....                                         | 10   |
| 2.2. LANDASAN TEORI .....                                               | 14   |
| 2.2.1. Manajemen Pemasaran .....                                        | 14   |
| 2.2.2. E-Commerce .....                                                 | 16   |
| 2.2.3. Voucher.....                                                     | 18   |
| 2.2.4. Live Streaming.....                                              | 23   |
| 2.2.5. Keputusan Pembelian .....                                        | 25   |
| 2.2.5.1. Indikator Keputusan Pembelian.....                             | 27   |
| 2.3. HUBUNGAN ANTARA VARIABEL .....                                     | 28   |
| 2.3.1. Pengaruh Voucher Discount Terhadap Keputusan Pembelian .....     | 28   |
| 2.3.2. Pengaruh Voucher Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian .... | 29   |
| 2.4. KERANGKA KONSEPTUAL .....                                          | 31   |
| 2.5. HIPOTESIS .....                                                    | 31   |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                                          | 32   |
| 3.1. DEFINISI OPERASIONAL.....                                          | 32   |
| 3.1.1. Variabel Independen (X) .....                                    | 32   |
| 3.1.2. Variabel Dependen (Y).....                                       | 34   |
| 3.2. PENGUKURAN VARIABEL .....                                          | 36   |

|                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.3. TEKNIK PENENTUAN SAMPEL .....                                      | 37 |
| 3.3.1 Populasi.....                                                     | 37 |
| 3.3.2 Sampel .....                                                      | 37 |
| 3.4. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....                                       | 39 |
| 3.4.1 Jenis Data.....                                                   | 39 |
| 3.4.2. Sumber Data .....                                                | 40 |
| 3.5. METODE PENGUMPULAN DATA .....                                      | 40 |
| 3.6. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....                               | 40 |
| 3.6.1. Uji Validitas.....                                               | 40 |
| 3.6.2. Uji Reliabilitas .....                                           | 41 |
| 3.7. TEKNIK ANALISIS DAN UJI HIPOTESIS .....                            | 42 |
| 3.7.1. Teknik Analisis Data .....                                       | 42 |
| 3.7.2. Model Indikator Refleksif dan Indikator Formatif .....           | 43 |
| 3.7.3. Kepuasan Metode Partial Least Square (PLS).....                  | 46 |
| BAB IV .....                                                            | 57 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN.....                                               | 57 |
| 4.1. GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....                                | 57 |
| 4.1.1. Sejarah Perkembangan Shopee LiveStream .....                     | 57 |
| 4.2. DESKRIPSI HASIL PENELITIAN.....                                    | 58 |
| 4.2.1. Karaktersistik Responden Berdasarkan Kelamin.....                | 58 |
| 4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....               | 59 |
| 4.2.3. Deskripsi Variabel Voucher Discount .....                        | 60 |
| 4.2.3. Deskripsi Variabel Voucher Gratis Ongkir .....                   | 62 |
| 4.2.4. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....                     | 64 |
| 4.3. ANALISIS DATA.....                                                 | 66 |
| 4.3.1. <i>Outer Model</i> .....                                         | 66 |
| 4.3.2. Inner Model.....                                                 | 71 |
| 4.4. PEMBAHASAN .....                                                   | 72 |
| 4.4.1. Pengaruh Voucher Discount Terhadap Keputusan Pembelian .....     | 72 |
| 4.4.2. Pengaruh Voucher Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian .... | 73 |
| BAB V.....                                                              | 76 |



|                           |    |
|---------------------------|----|
| KESIMPULAN DAN SARAN..... | 76 |
| 5.1. KESIMPULAN .....     | 76 |
| 5.2. SARAN .....          | 76 |
| DAFTAR PUSTAKA .....      | 78 |
| LAMPIRAN.....             | 81 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2024..... | 1  |
| Gambar 1. 2 Tampilan Shopee Live Streaming di ShopeeWeb.....          | 3  |
| Gambar 3. 1 Model Indikator Refleksi .....                            | 45 |
| Gambar 3. 2 Model Indikator Formatif.....                             | 46 |
| Gambar 3. 3 Diagram Jalur PLS .....                                   | 49 |
| Gambar 4. 1 <i>Outer Model</i> .....                                  | 66 |
| Gambar 4. 2 <i>Inner Model</i> .....                                  | 72 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Ulasan Pengguna Shopee di PlayStore .....                        | 4  |
| Tabel 1. 2 Jumlah data ulasan Pengguna Shopee di PlayStore .....            | 5  |
| Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....           | 58 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan Fakultas .....               | 59 |
| Tabel 4. 3 Hasil Skor Jawaban Responden Indikator .....                     | 60 |
| Tabel 4. 4 Hasil Skor Jawaban Responden Indikator Gratis Ongkir .....       | 62 |
| Tabel 4. 5 Hasil Skor Jawaban Responden Indikator Keputusan Pembelian ..... | 64 |
| Tabel 4. 6 <i>Outer Loadings</i> .....                                      | 67 |
| Tabel 4. 7 <i>Cross Loading</i> .....                                       | 68 |
| Tabel 4. 8 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....                    | 69 |
| Tabel 4. 9 <i>Composite Reliability</i> .....                               | 70 |
| Tabel 4. 10 <i>Latent Variable Correlation</i> .....                        | 70 |
| Tabel 4. 11 <i>R-Square</i> .....                                           | 71 |
| Tabel 4. 12 Pengujian Hipotesis .....                                       | 71 |

**PENGARUH VOUCHER DISCOUNT DAN VOUCHER GRATIS ONGKIR  
PADA FITUR SHOPEE LIVE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DI E-COMMERCE SHOPEE PADA MAHASISWA  
UPN VETERAN JATIM SURABAYA**

Yudhistira Rakha Syandana Waluya  
21012010347/FEB/EM

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh voucher discount dan voucher gratis ongkir dalam fitur Shopee Live terhadap keputusan pembelian di platform e-commerce Shopee, khususnya pada kalangan mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur di Surabaya. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya aktivitas belanja online di kalangan generasi muda serta intensifikasi strategi promosi Shopee melalui fitur interaktif live streaming. Dalam konteks tersebut, voucher menjadi instrumen pemasaran yang signifikan untuk menarik perhatian konsumen dan memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 99 responden mahasiswa yang pernah menggunakan Shopee Live dan memanfaatkan voucher promosi. Data dianalisis menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Squares* (PLS). Variabel independen dalam penelitian ini adalah voucher discount dan voucher gratis ongkir, sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik voucher discount maupun voucher gratis ongkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa insentif promosi melalui Shopee Live mampu meningkatkan intensi dan realisasi pembelian pada konsumen digital yang memiliki daya beli terbatas namun responsif terhadap nilai tambah. Implikasi dari penelitian ini menyarankan bahwa e-commerce perlu memperkuat strategi promosi berbasis pengalaman dan nilai ekonomis untuk mengoptimalkan keputusan pembelian konsumen muda.

**Kata Kunci: Shopee Live, Voucher Discount, Voucher Gratis Ongkir, Keputusan Pembelian, E-Commerce, Mahasiswa**