

**PENGARUH PROMOSI DISKON DAN *REVIEW* PELANGGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION PENGGUNA
SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
ANGKATAN 2022**



OLEH :

EGGI FIRDANI INNA

NIM : 02220220028

Program Studi Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
MAKASSAR
2026**

**PENGARUH PROMOSI DISKON DAN *REVIEW* PELANGGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION PENGGUNA
SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
ANGKATAN 2022**



OLEH :
EGGI FIRDANI INNA
NIM : 02220220028

SKRIPSI SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH
GELAR SARJANA PADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA

**JURUSAN PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
MAKASSAR
2026**

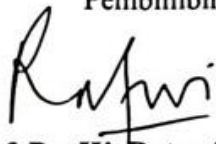
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PROMOSI DISKON DAN REVIEW
PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN FASHION PENGGUNA SHOPEE
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS MUSLIM
INDONESIA ANGKATAN 2022

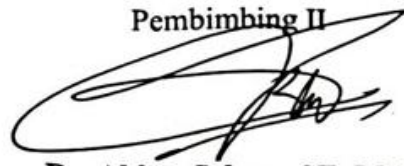
NAMA MAHASISWA : EGGI FIRDANI INNA
NIM : 02220220028
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN/PRODI : Manajemen
KONSENTRASI : Manajemen Pemasaran
DASAR PENETAPAN PEMBIMBING : 1346/H. 20/FEB/UMI/VI/2025

Disahkan Oleh:

Pembimbing I

Prof. Dr. Hj. Ratna Dewi, S.E., M.Si

Pembimbing II

Dr. Abbas Selong, SE., M.Si

Mengetahui:

Dr. H. Muhammad Syahid A. Basalamah, SE., MM.

Ketua Jurusan

Prof. Dr. Imaduddin ST., MM

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PROMOSI DISKON DAN REVIEW
PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN FASHION PENGGUNA SHOPEE
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS MUSLIM
INDONESIA ANGKATAN 2022

NAMA MAHASISWA : EGGI FIRDANI INNA

NIM : 02220220028

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

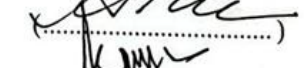
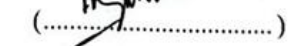
JURUSAN/PRODI : Manajemen

KONSENTRASI : Manajemen Pemasaran

DASAR PENETAPAN PEMBIMBING : 1346/H. 20/FEB/UMI/VI/2025

Disahkan Oleh :

Komisi Penguji :

Prof. Dr. Hj. Ratna Dewi, S.E.,M.Si	Ketua	()
Dr. Abbas Selong, SE.,M.Si	Anggota	()
Prof. Dr. H. Achmad Gani, S.E.,M.Si	Anggota	()
Dr. Ilham Labbase, S.E.,M.Si	Anggota	()

Mengetahui:

Dekan,



Dr. H. Muhammad Syah A. Basalamah, SE., MM.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Eggi Firdani Inna

Nomor mahasiswa : 02220220028

Jurusan/Prodi : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul :

**PENGARUH PROMOSI DISKON DAN REVIEW PELANGGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION PENGGUNA SHOPEE
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MUSLIM INDONESIA ANGKATAN 2022**

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan /ditulis/ diterbitkan sebelumnya, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003).

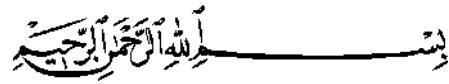
Makassar,

Yang membuat pernyataan



Eggi Firdani Inna

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil Alamin. Segala puji dan syukur tiada hentinya penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang dengan keagunan-Nya telah melimpahkan segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Promosi Diskon dan Review Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Pengguna Shopee Pada Mahaiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2022”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia.

Berbagai kesulitan telah dilewati dalam rangka penyusunan skripsi ini, namun berkat bantuan dan dukungan berbagai pihak terkhusus Mamaku tercinta Hj. Samrawati, dan Bapakku Naing, serta teman-teman yang selalu memberikan dukungan sehingga akhirnya skripsi ini dapat selesai.

Penulis juga sangat berterima kasih kepada Ibu Prof. Dr. Hj. Ratna Dewi, S.E.,M.Si selaku pembimbing I dan Bapak Dr. Abbas Selong, SE.,M.Si selaku pembimbing II, yang telah memberikan banyak pelajaran dan bantuan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.

Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Masrurah Mokhtar, MA. Selaku Ketua Yayasan Wakaf Universitas Mulim Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Hambali Thalib, SH.,MH. selaku Rektor Universitas Muslim Indonesia.
3. Bapak Dr. H. Muhammad Syafi'i A. Basalamah, SE.,MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia.
4. Bapak Prof. Dr. Imaduddin ST.,M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen.
5. Bapak Prof. Dr. H. Achmad Gani, S.E.,M.Si dan Bapak Dr. Ilham Labbase, S.E.,M.Si. selaku dosen penguji/penilai yang telah memberikan saran, masukan, dan koreksi mulai awal sampai selesainya skripsi ini.
6. Cinta pertama dan panutanku, Bapakku Naing dan pintu surgaku Mama Hj. Samrawati terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memberikan terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Pak, Mak sehat, panjang umur dan bahagia selaluki nah.
7. Teruntuk teman-teman seperjuangan, khususnya yang selalu kebersamai dalam proses skripsi ini terima kasih selama penulisan skripsi ini, menjadi pendengar yang baik untuk penulis serta menjadi

orang yang selalu memberikan semangat dan meyakinkan penulis bahwa segala masalah yang dihadapi selama proses skripsi akan berakhir.

8. Teruntuk Firmansyah seseorang yang sedang kuajak berjuang terima kasih atas doa, pengorbanan waktu, serta kesabaran dalam mendampingi saya melewati setiap tantangan dalam masa studi ini.
9. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, Eggi Firdani Inna karena telah bertahan sejauh ini. Untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kelelahan, setiap pagi yang disambut dengan keraguan namun tetap dijalani, serta setiap ketakutan yang berhasil dilawan dengan keberanian. Kini telah sampai, maka berbahagialah selalu dimanapun berada. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Dengan kurang dan lebihmu mari merayakan keberanian itu.
10. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa bersama kita dan meridhoi jalan hidup kita Amiin.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar,


Eggi Firdani Inna

ABSTRAK

EGGI FIRDANI INNA. 02220220028. Pengaruh Promosi Diskon dan Review Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Fashion Pengguna Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2022, Pembimbing Ratna Dewi dan Abbas Selong

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi diskon dan *review* pelanggan terhadap keputusan pembelian produk fashion melalui platform Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia angkatan 2022.

Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia jalan Urip Sumoharjo km.5, Panaikang, Kec. Panakkukang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Sampel penelitian berjumlah 191 orang yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dari total populasi sebanyak 366 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria utama yaitu pernah membeli produk fashion melalui Shopee dalam enam bulan terakhir. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan pengumpulan data primer melalui penyebaran kuesioner secara daring. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap Keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel independent promosi diskon dan review pelanggan secara simultan dan parsial memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian.

Kata kunci: Promosi Diskon, *Review* Pelanggan, Keputusan Pembelian, Shopee

ABSTRACT

EGGI FIRDANI INNA. 02220220028. *The Influence of Discount Promotion and Customer Reviews on Fashion Purchase Decisions of Shopee Users among Students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Muslim Indonesia, Class of 2022*. Supervised by Ratna Dewi and Abbas Selong.

This study aims to analyze the influence of discount promotions and customer reviews on purchasing decisions of fashion products through the Shopee platform among students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Muslim Indonesia, Class of 2022.

The respondents in this study were active students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Muslim Indonesia, located at Jalan Urip Sumoharjo Km.5, Panaikang, Panakkukang District, Makassar City, South Sulawesi. The sample consisted of 191 respondents determined using the Slovin formula from a total population of 366 students. The sampling technique used purposive sampling with the main criterion being students who had purchased fashion products through Shopee within the last six months. This study employed a quantitative approach, with primary data collected through online questionnaires. The collected data were analyzed using multiple linear regression analysis to determine the influence of independent variables on purchasing decisions.

The results of the study indicate that both independent variables, discount promotion and customer reviews, simultaneously and partially have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Discount Promotion, Customer Reviews, Purchase Decision, Shopee

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
PERNYATAAN ORSINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah... ..	8
C. Tujuan Penelitian... ..	8
D. Manfaat Penelitian... ..	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Tinjauan Teori	11
B. Penelitian Terdahulu... ..	33
C. Kerangka Konseptual Penelitian	35
D. Hipotesis	38
III. METODE PENELITIAN.....	39
A. Pendekatan Penelitian.....	39
B. Lokasi dan waktu Penelitian.....	39
C. Jenis dan Sumber Data	40
D. Teknik Pengumpulan Data	40
E. Populasi dan Sampel	41
F. Metode Analisis Data	43

	G. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	47
IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
	A. Gambaran Umum Tempat Meneliti	49
	B. Hasil Penelitian	52
	C. Pembahasan... ..	66
V.	SIMPULAN DAN SARAN	74
	A. Simpulan	74
	B. Saran... ..	75
	DAFTAR PUSTAKA.....	77
	LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Penelitian Terdahulu	34
2.	Kerangka Konseptual.....	37
3.	Skala Likert.....	41
4.	Operasional Variabel	47
5.	Frekuensi/Presentase variable Promosi Diskon... ..	52
6.	Frekuensi/Presentase variable Review Pelanggan	53
7.	Frekuensi/Presentase variable Keputusan Pembelian... ..	54
8.	Hasil Uji Validitas	55
9.	Hasil Uji Reliability	56
10.	Nilai Statistik Deskriptif.....	57
11.	Analisis Regresi Linear Berganda... ..	58
12.	Nilai Koefisien Determinasi... ..	60
13.	Nilai Uji F Statistik... ..	61
14.	Nilai Uji t.....	62
15.	Uji Normalitas	64
16.	Hasil Uji Multikolinearitas	65

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Pengunjung e-commerce terbanyak.....	2
2.	Daftar produk terlaris di shopee 2024	3
3.	Gambar grafik scatterplot	66

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
Lampiran 1.	Kuisisioner Penelitian	82