

**EFEKTIVITAS PROMO *EVENT SHOPEE FLASH SALE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Masyarakat Jalan Srijaya
Negara Lorong Tembesu Rt 30/Rw 10 Bukit Lama, Palembang)**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**LEIDY SEPRIANI MURTI
NPM 061930600128**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2022**

EFEKTIVITAS PROMO *EVENT SHOPEE FLASH SALE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Masyarakat Jalan Srijaya
Negara Lorong Tembesu Rt 30/Rw 10 Bukit Lama, Palembang)



LAPORAN AKHIR

OLEH:

LEIDY SEPRIANI MURTI
NPM 061930600128

Menyetujui,

Palembang, 2022

Pembimbing I

Dr. A. Jalaludin S, SE., M.Hum.Res.M
NIP 196008061989101001

Pembimbing II,

Munparidi, SE., M.Si
NIP 196511251994031002

Mengetahui,

Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis

Dr. Heri Setiawan, SE., M.AB
NIP 19760222202121001

Koordinator Program Studi
D-III Administrasi Bisnis

Fetty Maretha, SE., MM
NIP 198203242008012009

ii

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Leidy Sepriani Murti
NPM : 061930600128
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ D III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Efektivitas Promo *Event Shopee Flash Sale*
Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Masyarakat Jalan Srijaya Negara Lorong Tembesu Rt 30/Rw 10 Bukit Lama, Palembang).

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/Salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan

Palembang, 2022

METERAI TEMPEL
LEIDY SEPRIANI MURTI
NPM 061930600128

LEMBAR PENGESAHAN

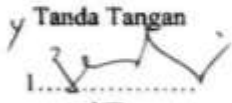

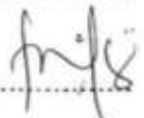
Nama : Leidy Sepriani Murti
NPM : 061930600128
Jurusan/Program Studi : Administrasi Binis/ D III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Efektivitas Promo *Event Shopee Flash Sale*
Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Masyarakat Jalan Srijaya Negara Lorong Tembesu Rt 30/Rw 10 Bukit Lama, Palembang).

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis dan dinyatakan LULUS.

Pada Hari :

Tanggal :2022

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. A. Jalaludin Sayuti, SE., M.Hum.Res.,M	 1.....
2	Jusmawi Bustan, S.E., M.Si	 2.....
3	Fetty Maretha, S.E., MM	 3.....

MOTTO

“Man Jadda Wa Jadda.”

(Barang siapa Yang Bersungguh-sungguh maka ia akan mendapatkan hasilnya)

“Berjuanglah bukan untuk di banggakan tapi untuk membanggakan ”
(Penulis)

Kami Persembahkan Kepada:

- ***Kedua Orang Tua Tercinta***
- ***Kedua pembimbing saya***
- ***Sahabat-sahabat ku***
- ***Almamater kebanggaan kami***
Politeknik Negeri Sriwijaya

KATA PENGANTAR

puji syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya kami dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan dengan judul **“Efektivitas Promo *Event* Shopee *Flash Sale* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Masyarakat Jalan Sriwijaya Negara Lorong Tembesu Rt 30/Rw 10 Bukit Lama, Palembang)”**. Tidak lupa pula shalawat beserta salam kami sampaikan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW.

Tujuan penulisan Laporan Akhir ini merupakan menyelesaikan program Pendidikan Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya. Laporan Akhir ini membahas mengenai Efektivitas Promo *Event* Shopee *Flash Sale* Terhadap Keputusan Pembelian.

Penulis menyadari bahwa dalam penyajian Laporan Akhir ini masih belum sempurna dan banyak kekurangannya ditinjau dari segi teknis maupun materinya. Oleh karena itu, bila ada hal-hal yang kurang berkenan izinkan penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya, dan penyusun sangat mengharapkan kritik dan sarannya yang sifatnya membangun demi perbaikan di masa yang akan datang dan pembaca dapat memaklumi apabila ditemukan kesalahan.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah turut serta berpartisipasi dan membantu dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini dan penulis berharap semoga Laporan Akhir ini semoga dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Juli 2022

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga atas bantuan, dorongan, bimbingan, dan penghargaan yang tidak ternilai kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat akal dan badan sehingga dapat menyelesaikan Laporan akhir ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya
3. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
4. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, SE., MM, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
5. Ibu Fetty Maretha, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
6. Bapak A.Jalaludin Sayuti, SE., M.Hum.Res. selaku Pembimbing I yang telah membimbing dengan sabar memberikan waktu, semangat, ilmu, arahan dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Laporan akhir ini.
7. Bapak Munparidi.,SE.,M.Si,selaku pembimbing II yang telah membimbing dengan sabar memberikan waktu, semangat, ilmu, arahan dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Laporan akhir ini.
8. Bapak/Ibu dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah banyak memberikan pengetahuan serta wawasan kepada penulis
9. Kedua orang tua ku tercinta, Bapak Mursid dan ibu Nurbaiti yang selalu mendoakan setiap Langkah perjalanan hidup saya, menjadi penyemangat,

dan rumah ternyaman demi tercapainya keinginan saya menyelesaikan pendidikan D3.

10. Kakak laki-laki tercinta saya Almarhum Rian Subakti yang sudah tenang disisi-Nya.
11. Keluarga Cemana abi Rahmat Pebriyansa, umi Riri Arika Hamsab, adik Mardiana Asri Syaputri, adik tiri Audri Olivia, adik Dina Primalaya. Yang selalu meramaikan setiap malam saya selama menjadi penghuni kosan ibu Armi tercinta.
12. Sahabat-sahabatku Novi Silvia Pratiwi, Manik Sabna Bila, Dewi Febriyanti, dan semua yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memotivasi, membantu dan selalu menjadi pendengar serta menghibur saya selama pembuatan Laporan akhir ini.
13. Teman-teman seperjuangan saya, teman sekelas saya 6 NA yang telah banyak memberikan kenangan dan cerita sedari maba sampai dengan saat-saat terakhir berkuliah. *See you on top guys!*
14. *Thank you for myself who have been able to endure this far patiently to actively seek solutions to the purpose of life's journey and wait for God's way to get a solution.*

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa Laporan akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, dengan tangan terbuka, penulis sangat mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang sifatnya membangun.

Palembang, Juli 2022

Penulis

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Efektivitas Promo *Event* Shopee *Flash Sale* Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Masyarakat Jalan Srijaya Negara Lorong Tembesu Rt 30/Rw 10 Bukit Lama, Palembang. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 70 responden yang menggunakan dan pernah melakukan pembelian pada *Event* Shopee *Flash Sale*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana dan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promo *Event* Shopee *Flash Sale* memiliki hubungan positif dan keeratan yang cukup kuat terhadap keputusan pembelian pada Kasus Masyarakat Jalan Srijaya Negara Lorong Tembesu Rt 30/Rw 10 Bukit Lama, Palembang. PT Shopee disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan kembali promo yang ada dari *Event* Shopee *Flash Sale* karna terbukti bahwa hasil penelitian ini, Promo *Event* Shopee *Flash Sale* memiliki hubungan efektifitas terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Promo, Shopee, Flash Sale, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effectiveness of the Shopee Flash Sale Event Promo on Purchase Decisions. Case Study of the Community of Jalan Srijaya Negara Lorong Tembesu Rt 30/Rw 10 Bukit Lama, Palembang. Data was collected by distributing questionnaires to 70 respondents who used and had made purchases at the Shopee Flash Sale Event. This study uses a quantitative approach. The study used a simple linear regression analysis technique and hypothesis testing using SPSS version 22. The results showed that the Shopee Flash Sale Promo Event had a positive and strong relationship with purchasing decisions in the case of the Srijaya Negara Street Community, Lorong Tembesu Rt 30/Rw 10 Bukit. Lama, Palembang. PT Shopee is advised to maintain and improve existing promos from the Shopee Flash Sale Event because it is proven that the results of this study, the Shopee Flash Sale Event Promo have an effectiveness relationship with purchasing decisions.

Keyword : Promo, Shopee, Flash Sale, Purchase Decisio

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABLE	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Tujuan Penelitian	6
1.4.2 Manfaat Penelitain	6
1.5 Metode Penelitan	6
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	6
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	7
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	8
1.5.4 Populasi dan Sampel	9
1.5.5 Hipotesis	11
1.5.6 Teknik Analisis Data	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Pemasaran	17
2.1.1 Pengertian Peemasaran	17
2.2.2 Bauran Pemasaran	17

2.2 Promosi	19
2.2.1 Pengertian Promosi	19
2.2.2 Bauran Promosi	19
2.3 Promosi Penjualan / <i>Sales Promotion</i>	20
2.3.1 Pengertian Promosi Penjualan	20
2.4 <i>Flash Sale</i>	20
2.4.1 Pengertian <i>Flash Sale</i>	20
2.4.2 Indikator <i>Flash Sale</i>	21
2.5 Keputusan Pembelian	21
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	21
2.5.2 Indikator Keputusan Pembelian	22
2.5.3 Kerangka Pemikiran	25

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN 27

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	27
3.2 Visi, Misi dan Moto Perusahaan	28
3.2.1 Visi Perusahaan	28
3.2.2 Misi Perusahaan	29
3.2.3 Moto Perusahaan	29
3.3 Promo yang dilakukan Pada <i>Event Shopee Flash Sale</i>	29
3.4 Produk dan Layanan Shopee	32
3.4.1 Produk Shopee	32
3.4.2 Layanan Shopee	33
3.5 Karakteristik Responden	34
3.5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin	34
3.5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
3.5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Uang Saku Perbulan	35
1.5.4 Penyajian Data Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja di Frekuensi Promosi <i>Event Shopee Flash Sale</i> ...	36
3.6 Hasil Jawaban Responden	36

BAB IV PEMBAHASAN 41

4.1 Analisis Data	41
4.1.1 Uji Validitas	41
4.1.2 Uji Reabilitas	45
4.1.3 Uji Koefisien Korelasi	47
4.1.4 Uji t	48
4.1.5 Regresi Sederhana	49
4.2 Pembahasan	50
4.2.1 Frekuensi Promosi <i>Event Shopee Flash Sale</i>	50
4.2.2 Frekuensi Promosi <i>Event Shopee Flash Sale</i> Terhadap Keputusan Pembelian	51

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 64
5.2 Saran 64

DAFTAR PUSTAKA 66

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Top Brand Index Situs Jual Beli Online	2
Tabel 1.2 Survei Pengguna Layanan Belanja Online Pada Masyarakat Jalan Srijaya Negara Lorong Tembesu Rt 30/ Rw 10	5
Tabel 1.3 Skala Likert	13
Tabel 1.4 Interpretasi Cronbach Alpha	14
Tabel 1.5 Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	15
Tabel 3.1 Kategori Produk Shopee	33
Tabel 3.2 Jenis Kelamin Responden	34
Tabel 3.3 Usia Reponden	34
Tabel 3.4 Pendapatan Perbulan	35
Tabel 3.5 Jumlah Frekuensi berbelanja di Promo <i>Event</i> Shopee <i>Flash Sale</i>	37
Tabel 3.6 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Efektivitas promo Event Shopee Flash Sale	39
Tabel 3.7 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	39
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Efektivitas Promo <i>Event</i> Shopee <i>Flash Sale</i>	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	44
Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas Efektivitas Promo <i>Event</i> Shopee <i>Flash Sale</i> dan Keputusan Pembelian	46
Tabel 4.4 Hasil Koefisian Korelasi	47
Tabel 4.5 Hasil Uji T	48
Tabel 4.6 Rekapitulasi Skor Variabel Efektivitas Promo <i>Event</i> Shopee <i>Flash</i> <i>Sale</i>	49
Tabel 4.7 Rekapitulasi Skor Variabel Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.8 Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Tampilan <i>Event</i> Shopee <i>Flash Sale</i>	3
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	24
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian	26
Gambar 3.1 Logo Shopee	28
Gambar 3.2 Voucher Gratis Ongkir Mulai Rp 0	30
Gambar 3.3 Voucher Cashback <i>event</i> shopee <i>flash sale</i>	31
Gambar 3.4 <i>Flash Sale</i> Sarba Seribu	32

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 2 Kesepakatan Bimbingan Laporan akhir
- Lampiran 3 Lembar Bimbingan Laporan Akhir
- Lampiran 4 Lembar Tanda Persetujuan Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 5 Lembar Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 4 Lembar Pernyataan Kuesioner
- Lampiran 5 Lembar Uji Instrumen Display Jawaban 68 Responden
- Lampiran 6 Hasil Uji validitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Reabilitas
- Lampiran 8 Regresion
- Lampiran 9 r table dan t table