

**PENGARUH *FLASH SALE*, PERSEPSI RISIKO DAN *TAGLINE* “GRATIS
ONGKIR” TERHADAP KEPUTUSAN BERBELANJA *ONLINE*
MELALUI PLATFORM SHOPEE DENGAN MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi Pada Program Studi
Sarjana Terapan Akuntansi Sektor Publik

OLEH :

NESYIA DWI SEPTYAHAPSARI

20110005

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN AKUNTANSI SEKTOR PUBLIK
POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA**

2024

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nesyia Dwi Septyahapsari

NIM : 20110005

Adalah mahasiswa Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Sektor Publik Politeknik Harapan Bersama, dengan ini saya menyatakan bahwa laporan skripsi yang berjudul :

“PENGARUH *FLASH SALE*, PERSEPSI RISIKO DAN *TAGLINE* “GRATIS ONGKIR” TERHADAP KEPUTUSAN BERBELANJA *ONLINE* MELALUI PLATFORM SHOPEE DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”

Merupakan hasil pemikiran sendiri secara orisinil dan saya susun secara mandiri dengan tidak melanggar kode etik hak karya cipta. Pada laporan skripsi ini juga bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik tertentu di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata Skripsi ini terbukti melanggar kode etik karya cipta atau merupakan karya yang dikategorikan mengandung unsur plagiarisme, maka saya bersedia untuk melakukan penelitian baru dan menyusun skripsi kembali, sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan sesungguhnya.

Tegal, 2 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Nesyia Dwi Septyahapsari
20110005

HALAMAN REKOMENDASI

Pembimbing Skripsi memberikan rekomendasi kepada :

Nama : Nesyia Dwi Septyahapsari
NIM : 20110005
Program Studi : Sarjana Terapan Akuntansi Sektor Publik
Judul Skripsi : Pengaruh *Flash Sale*, Persepsi Risiko Dan *Tagline* “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Berbelanja Online Melalui Platform Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi

Mahasiswa tersebut telah dinyatakan selesai melaksanakan bimbingan dan dapat mengikuti Ujian Skripsi pada Tahun Akademik 2024

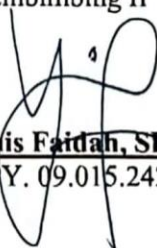
Ujian Skripsi pada tahun akademik 2024

Tegal, 2 Juli 2024

Pembimbing I


Andri Widiyanto, SE., M.Si., Ak
NIPY. 04.015.212

Pembimbing II


Yusri Anis Faidah, SE., M. Si
NIPY. 09.015.242

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Nesyia Dwi Septyahapsari
NIM : 20110005
Program Studi : Sarjana Terapan Akuntansi Sektor Publik
Judul Skripsi : Pengaruh *Flash Sale*, Persepsi Risiko Dan *Tagline* “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Berbelanja Online Melalui Platform Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi

Dinyatakan LULUS/~~HAJAK LULUS~~ setelah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Sektor Publik Politeknik Harapan Bersama

Tegal, 12 Agustus 2024

Dewan Penguji :

Tanda Tangan

1. Ketua : Mohammad Alfian, M.Si., Ak
2. Penguji I : Arifany Ferida, SE. M.Si
3. Penguji II : Yusri Anis Faidah, SE., M.Si

1.
2.
3.

Mengetahui

Ketua Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Sektor Publik


Mohammad Alfian, M.Si., Ak
NIPY 02.018.366

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai mahasiswa Prodi Sarjana Terapan Akuntansi Sektor Publik Politeknik Harapan Bersama Tegal, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nesyia Dwi Septyahapsari

NIM : 20110005

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Prodi Sarjana Terapan Akuntansi Sektor Publik Politeknik Harapan Bersama Tegal Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“PENGARUH *FLASH SALE*, PERSEPSI RISIKO DAN *TAGLINE* “GRATIS ONGKIR” TERHADAP KEPUTUSAN BERBELANJA *ONLINE* MELALUI PLATFORM SHOPEE DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**” Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) ini Prodi Sarjana Terapan Akuntansi Sektor Publik Politeknik Harapan Bersama berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan pemilik Hak Cipta. Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Prodi Sarjana Terapan Akuntansi Sektor Publik Politeknik Harapan Bersama, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tegal, 2 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Nesyia Dwi Septyahapsari
20110005

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil alamin dengan memanjatkan ucapan puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas berkat nikmat dan rahmat nya skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu dan tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Untuk karya yang sederhana ini, maka penulis persembahkan untuk:

1. Kedua Orang Tua saya yaitu Bapak Mulyono dan Ibu Siprimaningsih yang telah mendoakan, memberikan semangat, memberikan masukan mengenai penulisan Skripsi ini dan telah mendidik saya hingga sekarang serta pengorbanan yang luar biasa hingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
2. Kepada kakak saya Aditya Yudha Remarais dan adik saya Dzaky Yassar Muhammad yang telah memberikan dukungan dan inspirasi kepada saya untuk dapat menyelesaikan Skripsi ini.
3. Terimakasih untuk Civitas Akademika Politeknik Harapan Bersama.
4. Terimakasih untuk Dosen Pembimbing saya Bapak Andri Widiyanto, SE.,M.Si.,Ak dan Ibu Yusri Anis Faidah, SE. M.Si yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan kepada saya untuk menyelesaikan Skripsi ini.
5. Terimakasih kepada diri sendiri yang sudah berjuang untuk tetap bertahan untuk tetap kuat sampai detik ini agar dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu.
6. Terimakasih untuk teman – teman kelas atas 4 tahunnya.

ABSTRAK

Shopee merupakan marketplace yang sudah terkenal di Indonesia yang dapat memberikan suatu peluang usaha secara *online*. Shopee dapat menyediakan berbagai macam merek produk atau barang dari berbagai toko. Sehingga shopee sangat digemari oleh kalangan anak muda. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh *flash sale*, persepsi risiko dan *tagline* “gratis ongkir” terhadap keputusan berbelanja *online* melalui platform shopee dengan minat beli sebagai variabel mediasi. Jenis penelitian kuantitatif melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form dengan jumlah sampel sebanyak 99 responden pada masyarakat Desa Pengabean. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan SmartPLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *flash sale* dan persepsi risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berbelanja *online*, *tagline* “gratis ongkir” menunjukkan bahwa berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berbelanja *online*, dan minat beli menunjukkan bahwa berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berbelanja *online*. Minat beli belum mampu untuk memediasi *flash sale* terhadap keputusan berbelanja *online*, Minat beli belum mampu untuk memediasi persepsi risiko terhadap keputusan berbelanja *online*, dan minat beli mampu memediasi *tagline* “gratis ongkir” secara signifikan terhadap keputusan berbelanja *online*.

Kata Kunci : *flash sale*, persepsi risiko, *tagline* “gratis ongkir”, keputusan berbelanja *online*, minat beli

ABSTRACT

Shopee is a well-known marketplace in Indonesia that can provide an online business opportunities. Shopee can provide various brands of products or goods from various stores. So that Shopee is very popular with young people. The purpose of this research was to examine the effect of flash sale, risk perception, and the tagline "free shipping" on online shopping decisions through the Shopee platform with purchase interest as a mediating variable. This type of quantitative research through distributing questionnaires using Google Form with a sample size of 99 respondents in the Pengabeian Village community. The data analysis technique used in this study uses Partial Least Square (PLS) using SmartPLS. The results of this research indicated that flash sales and risk perceptions do not have a significant effect on online shopping decisions, the tagline "free shipping" showed that it has a significant effect on online shopping decisions, and purchase interest shows that it has a significant effect on online shopping decisions. Purchase interest has not been able to mediate flash sales on online shopping decisions, purchase interest has not been able to mediate risk perception on online shopping decisions, and purchase interest can significantly mediate the "free shipping" tagline on online shopping decisions.

Keywords: *Flash Sale, Risk Perception, Tagline "Free Shipping", Online Shopping Decision, Purchase Interest*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunianya, nikmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan judul ***“Flash Sale, Persepsi Risiko Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Berbelanja Online Melalui Platform Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi”***.

Skripsi ini diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai Gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program Studi Akuntansi Sektor Publik Harapan Bersama.

Selama proses penyusunan Skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan Terima Kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat:

1. Bapak Agung Hendarto, S.E., M.A., Selaku Direktur Politenik Harapan Bersama.
2. Bapak Mohammad Alfian, M.Si.,Ak selaku Kaprodi Akuntansi Sektor Publik Politeknik Harapan Bersama.
3. Bapak Andri Widiyanto, S.E., M.Si.,Ak, selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan dan petunjuk hingga terselesaikannya penyusunan Skripsi ini.

4. Ibu Yusri Anis Faidah SE., M. Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan arahan, bimbingan dan petunjuk hingga terselesaikannya penyusunan Skripsi ini.
5. Seluruh Dosen yang berada di Politeknik Harapan Bersama khususnya Dosen Prodi Akuntansi Sektor Publik yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
6. Kedua Orang Tua dan Keluarga yang telah menjadi penyemangat saya.
7. Seluruh masyarakat desa pengabean yang telah membantu saya untuk bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sampaikan satu persatu. Terimakasih telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna baik dalam penyusunan, penulisan maupun isinya. Oleh karena itu, segala kritik dan saran penulis terima dengan senang hati demi kesempurnaan Skripsi ini. Akhir kata, Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak khususnya mahasiswa Politeknik Harapan Bersama.

Tegal, 2 Juli 2024



Nesyia Dwi Septyahapsari
20110005

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN REKOMENDASI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PUBLIKASI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.5 Batasan Penelitian	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
1.1 Telaah Pustaka	18
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	18
2.1.2 <i>E-commerce</i>	19
2.1.3 <i>Marketplace</i> Shopee	21
2.1.4 <i>Flash Sale</i>	23
2.1.5 Persepsi Risiko	24
2.1.6 <i>Tagline</i> “Gratis Ongkir”	27

2.1.7 Keputusan Berbelanja Online	28
2.1.8 Minat Beli	30
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Logika dan Penurunan Hipotesis	39
2.3.1 Pengaruh <i>Flash Sale</i> Terhadap Keputusan Berbelanja <i>Online</i>	39
2.3.2 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Berbelanja <i>Online</i>	40
2.3.3 Pengaruh <i>Tagline</i> “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Berbelanja <i>Online</i>	42
2.3.4 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Berbelanja <i>Online</i>	43
2.3.5 Pengaruh <i>Flash Sale</i> Terhadap Keputusan Berbelanja <i>Online</i> Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi	44
2.3.6 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Berbelanja <i>Online</i> Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi	45
2.3.7 Pengaruh <i>Tagline</i> “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Berbelanja <i>Online</i> Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi	46
2.4 Kerangka Penelitian	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	49
3.1 Desain Penelitian.....	49
3.1.1 Jenis Penelitian.....	49
3.1.2 Populasi dan Sampel Penelitian	49
3.1.3 Teknik Penarikan Sampel	51
3.1.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data.....	52
3.2 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	53
3.2.1 <i>Flash Sale</i> (X_1).....	54
3.2.2 Persepsi Risiko (X_2)	54
3.2.3 <i>Tagline</i> “Gratis Ongkir” (X_3).....	54
3.2.4 Keputusan Berbelanja <i>Online</i> (Y)	54
3.2.5 Minat Beli (M)	55
3.3 Teknik Analisis Data	56
3.3.1 Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	56
3.3.2 Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	59

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Gambaran Umum.....	60
4.1.1 Deskripsi Responden	60
4.1.2 Karakteristik Responden.....	60
4.2 Hasil Analisis Data.....	63
4.2.1 Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	63
4.2.2 Uji Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	66
4.3 Pembahasan	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 E-commerce dengan pengguna terbanyak di Indonesia (Januari-Desember 2023)	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3. 1 Data Penduduk	50
Tabel 3. 2 Perhitungan Proporsi Sampel	52
Tabel 3. 3 Skala Likert	53
Tabel 3. 4 Defiisi Konseptual dan Operasional Variabel	55
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	60
Tabel 4. 2 Hasil Uji Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4. 3 Intensitas Pengguna Markteplace Shopee	62
Tabel 4. 4 Hasil Uji Convergent Validity	64
Tabel 4. 5 Hasil ji Discriminant Validity	65
Tabel 4. 6 Hasil Uji Composite Reliability	66
Tabel 4. 7 Hasil Uji R-Square	68
Tabel 4. 8 Bootstraping	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	48
Gambar 4. 1 Outer Model	63
Gambar 4. 2 Inner Model	67

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	90
Lampiran 2 Tabulasi Data	95
Lampiran 3 Hasil Output Pengujian Data	113
Lampiran 4 Surat Kesepakatan Bimbingan.....	117
Lampiran 5 Lembar Bimbingan Skripsi.....	119
Lampiran 6 Surat Keterangan Uji Plagiasi.....	123