

**ANALISIS PENGARUH LIVE MARKETING, VOUCHER GRATIS
ONGKIR, DAN ETALASE STORE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PENGGUNA SHOPEE DI
KOTA AEK KANOPAN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



**OLEH:
DIA AWALINDA
2201100049**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT
2026**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : DIA AWALINDA
NPM : 2201100049
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
Analisis Pengaruh Live Marketing, Voucher
JUDUL SKRIPSI : Gratis Ongkir, dan Tampilan Etalase Toko
terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee

RANTAUPRAPAT, JANUARI 2026

DISETUJUI :

PEMBIMBING UTAMA

PRISTIYONO, SE., M.M
NUPTK. 7448761662130173

PEMBIMBING PENDAMPING

SYUKRON ARJUNA, S.E., M.Si
NUPTK. 4253773674130203

MENYETUJUI :

DEKAN

Dr. ZULKARNAIN NASUTION, SE., M.Si
NUPTK. 1148752653130123

KA PRODI MANAJEMEN

SYUKRON ARJUNA, S.E., M.Si
NUPTK. 4253773674130203

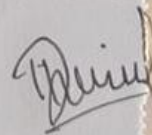
LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI

NAMA : DIA AWALINDA
NPM : 2201100049
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH LIVE
MARKETING, VOUCHER GRATIS
ONGKIR, DAN ETALASE STORE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PENGUNA SHOPEE

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat, Junil 2026

Yang Membuat Pernyataan



Dia Awalinda

2201100049

ABSTRAK

DIA AWALINDA / NPM. 2201100049. ANALISIS PENGARUH LIVE MARKETING, VOUCHER GRATIS ONGKIR, DAN ETALASE STORE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA SHOPEE. 2026. SKRIPSI.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Live Marketing, Voucher Gratis Ongkir, dan Etalase Store terhadap Keputusan Pembelian pengguna Shopee di Kota Aek Kanopan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Live Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t hitung $4,270 > t$ tabel $1,662$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Voucher Gratis Ongkir berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t hitung $3,386 > t$ tabel $1,662$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Etalase Store juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t hitung $3,155 > t$ tabel $1,662$ dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai F hitung $23,855 > F$ tabel $2,704$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai Adjusted R Square sebesar $0,419$ menunjukkan bahwa ketiga variabel mampu menjelaskan Keputusan Pembelian sebesar $41,9\%$, sedangkan $58,1\%$ dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: *Live Marketing, Voucher Gratis Ongkir, Etalase Store, Keputusan Pembelian, Shopee.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada kita sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Live Marketing, Voucher Gratis Ongkir, dan Etalase Store terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee”. Laporan proposal artikel ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan tugas akhir pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.

Saya sebagai Penulis menyadari dalam penyusunan proposal artikel ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Labuhanbatu, Bapak Assoc, Prof. Ade Parlaungan Nasution, Ph.D
2. Bapak Dr. Zulkarnain, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Pristiyono, S.E., M.M selaku sebagai Dosen Pembimbing 1 (Satu).
4. Bapak Syukron Arjuna, S.E., M.Si selaku sebagai Dosen Pembimbing 2 (Dua).

Saya ucapkan terimakasih kepada orang tua saya yang selalu mensupport kuliah saya sampai menyandang gelar Sarjana Manajemen (S.M) dan kepada teman-teman seperjuangan dengan saya, terimakasih telah berjuang bersama dalam penelitian dan pengerjaan proposal artikel ini. Dan teman seperjuangan kelas manajemen. Saya menyadari proposal penelitian ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulisan mengharapkan saran dan kritik untuk perbaikannya

sehingga pelaporan proposal penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi banyak orang-orang dalam bidang manajemen.

Rantauprapat,
Penulis

2026



Dia Awalinda
NIM. 2201100049

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan dan Perumusan Masalah	7
1. Batasan Masalah.....	7
2. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II. LANDASAN TEORI	10
A. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Uraian Teori.....	12
1. <i>Live marketing</i>	12
2. Voucher Gratis Ongkir.....	17
3. Etalase Store	20
4. Keputusan Pembelian	23
C. Kerangka Konseptual	27
D. Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III. METODE PENELITIAN	30
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
1. Lokasi Penelitian.....	30
2. Waktu Penelitian	30

B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	31
1. Populasi Penelitian.....	31
2. Sampel Penelitian.....	31
C. Definisi Operasional Variabel	34
D. Jenis dan Sumber Data.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
F. Uji Instrumen Penelitian	39
1. Uji Validitas.....	39
2. Uji Reliabilitas	39
G. Metode Analisis Data.....	40
1. Analisis Deskriptif	40
2. Uji Asumsi Klasik	41
a. Uji <i>Normalitas</i>	41
b. Uji <i>Multikolinieritas</i>	42
c. Uji <i>Heteroskedastisitas</i>	43
3. Analisis Regresi Linier Berganda	43
4. Uji Hipotesis	4
a. Uji t (Uji <i>Parsial</i>)	44
b. Uji F (Uji <i>Simultan</i>).....	45
c. Uji <i>Koefisien Determinasi</i> (R^2)	46
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Hasil Penelitian	47
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
2. Hasil Analisis Deskriptif Responden Penelitian	49
3. Hasil Analisis Variabel Penelitian	53
4. Hasil Uji Instrument Penelitian.....	59
5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	62
6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	67
7. Hasil Uji Hipotesis.....	69
a. Uji Parsial (Uji t).....	69
b. Uji Simultan (Uji F)	71

c. Uji Koefisien Determinasi	72
B. Pembahasan.....	73
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	84
 DAFTAR PUSTAKA.....	 86
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
Tabel 3.1	Jadwal Kegiatan Penelitian	30
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel	34
Tabel 3.3	Skor Kuesioner	37
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Table 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian melalui Shopee dalam 1 Bulan Terakhir	52
Tabel 4.4	Hasil Analisis Variabel Live Marketing (X_1)	53
Tabel 4.5	Hasil Analisis Variabel Voucher Gratis Ongkir (X_2)	55
Tabel 4.6	Hasil Analisis Variabel Etalase Store (X_3)	56
Tabel 4.7	Hasil Analisis Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	58
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	60
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	62
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	63
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
Tabel 4.13	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	69
Tabel 4.14	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	71
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	72

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	27
Gambar 4.1	Histogram Uji Normalitas	64
Gambar 4.2	Plot PP Normal Uji Normalitas	64
Gambar 4.3	Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Hal
Lampiran I	Kuesioner Penelitian	89
Lampiran II	Tabulasi Data Penelitian.....	93
Lampiran III	Hasil Uji Instrument Penelitian	103
Lampiran IV	Hasil Uji Asumsi Klasik	107
Lampiran V	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	108
Lampiran VI	Hasil Uji Hipotesis	109