

**PENGARUH *FRUGAL LIVING*, HARGA DAN *E-WOM*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PENGGUNA APLIKASI
*E-COMMERCE SHOPEE***

SKRIPSI

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Indo Global Mandiri**



**Disusun Oleh :
RANA SALSABILAH
NPM. 2020510078**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN RISET DAN
TEKNOLOGI UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
FAKULTAS EKONOMI
TAHUN 2023**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini di ajukan oleh :

Judul Skripsi : Pengaruh *Frugal Living*, Harga dan *E-WoM* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi *E-Commerce* Shopee.
Nama : Rana Salsabilah
NPM : 2020510078
Program Studi : Manajemen

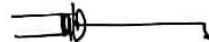
Telah dipertahankan di hadapan Dosen Penguji Ujian Skripsi & Komprehensif, dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

Ketua Penguji :



Dr. Siti Komariah Hidayanti, MM., CIRR., CLMA
NIDN. 0201077302

Penguji I :



Emilda, SE.,MBA.,CFP
NIDN. 0217058902

Penguji II :



Roswaty, SE., M.Si
NIDN. 0219096301

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuardi, SE., M.Sc., CFP.,
AFA
NIDN. 0213109401

Dekan Fakultas Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI


Endah Dewi Purnamasari, SE.,MM.,CFP
NIDN. 0204128602

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh *Frugal Living*, Harga dan *E-WoM* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi *E-Commerce* Shopee.
Nama : Rana Salsabilah
NPM : 2020510078
Program Studi : Manajemen
Pembimbing I : Dr. Siti Komariah Hidayanti, MM., CIRR., CLMA
Pembimbing II : Shafiera Lazuardi, S.E., M.Sc., CFP., AFA
Tanggal Ujian Skripsi : 25 Januari 2024

Palembang, 7 Februari 2024

Disetujui Oleh,

Pembimbing I,



Dr. Siti Komariah Hidayanti, MM.,
CIRR., CLMA
NIDN. 0201077302

Pembimbing II,



Shafiera Lazuardi, S.E., M.Sc.,
CFP., AFA
NIDN. 0213109401

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuardi, SE., M.Sc., CFP.,
AFA
NIDN. 0213109401

Dekan Fakultas Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI



Endah Dewi Purnamasari, SE.,MM.,CFP
NIDN. 0204128602

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rana Salsabilah

NPM : 2020510078

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun di perguruan tinggi lain.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palembang, 12 Februari 2024

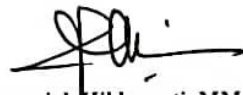


Rana Salsabilah
NPM. 2020510078

LEMBAR REVISI

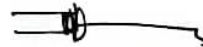
Nama : Rana Salsabilah
NPM : 2020510078
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Frugal Living*, Harga dan *E-WoM* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi *E-Commerce* Shopee.

Ketua Penguji :



Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM., CIRR., CLMA
NIDN : 0201077302

Penguji I :



Emilda, SE., MBA., CFP
NIDN. 0217058902

Penguji II :



Roswaty, SE., M.Si
NIDN. 0219096301

Palembang, 7 Februari 2024
Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuarni, SE., M.Sc., CFP., AFA
NIDN. 0213109401

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh *Frugal Living*, Harga dan *E-WoM* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi *E-Commerce* Shopee**”. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan penulis akan berusaha dengan sebaik mungkin agar skripsi ini dapat dengan layak diterima dan disetujui pada saat ujian skripsi. Dalam penyusunan skripsi, penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis dengan segenap hati mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Marzuki Alie, SE., M.M selaku rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
2. Dosen pembimbing Ibu Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM.,CIRR.,CLMA dan ibu Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc.,CFP.,AFA yang telah membimbing, mengajarkan, dan memotivasi dengan penuh kesabaran serta keikhlasan pada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang atas ilmu dan pengalaman yang berharga.
4. Seluruh staf tata usaha, staf perpustakaan dan staf keamanan Universitas Indo Global Mandiri atas segala bantuannya selama ini.
5. Orang tua dan keluarga besar yang telah berdoa dan memberi dukungan kepada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman yang dengan segenap hati telah memberikan bantuan dan semangat selama penyusunan skripsi ini.

Palembang, 16 Januari 2024
Rana Salsabilah

ABSTRAK

E-Commerce dapat membantu masyarakat menjangkau pasar yang jauh lebih luas hanya dengan menggunakan teknologi internet yang ada tanpa harus meluangkan waktu, tempat dan tenaga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Frugal Living*, Harga dan *E-WoM* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi *E-Commerce* Shopee secara parsial maupun simultan.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan bantuan SPSS versi 26. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian adalah model regresi linear berganda. Teknik penentuan sampel menggunakan *Convenience Sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen pengguna aplikasi Shopee di Kota Palembang. Teknik penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Hair et., al* diperoleh 150 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Frugal Living*, Harga dan *E-WoM* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh *Frugal Living*, Harga dan *E-WoM* terhadap Keputusan Pembelian secara simultan 68,8% dan sisanya 31,2% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. *Frugal Living*, Harga dan *E-WoM* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi Shopee.

Kata Kunci: Frugal Living, Harga, E-Wom dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

E-Commerce can help people reach a much wider market just by using existing internet technology without having to spend time, place and energy. This study aims to determine the Effect of Frugal Living, Price and E-WoM on Consumer Purchasing Decisions of Shopee E-Commerce Application Users partially or simultaneously.

The research method used is quantitative research with the help of SPSS version 26. The research analysis technique used in research is a multiple linear regression model. The sampel determination technique uses Convenience Sampling. The population in this study is consumers who use the Shopee application in Palembang City. The technique of determining the number of samples using the formula Hair et., al obtained 150 respondents.

The results showed that the variables Frugal Living, Price and E-WoM each had a positive and partially significant effect on purchasing decisions. The magnitude of the influence of Frugal Living, Price and E-WoM on Purchasing Decisions simultaneously 68.8% and the remaining 31.2% was influenced by other variables that were not studied. Frugal Living, Price and E-Wom simultaneously affect the Consumer Purchase Decisions of Shopee Application Users.

Keywords: Frugal Living, Price, E-Wom and Purchasing Decision.

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR REVISI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	12
1.3 TUJUAN PENELITIAN	13
1.4 MANFAAT PENELITIAN	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 <i>Frugal Living</i>	15
2.2 Harga	18
2.3 <i>E-WoM</i>	20
2.4 Keputusan Pembelian	23
2.5 Penelitian Terdahulu	26
2.6 Kerangka Pemikiran	31
2.7 Hipotesis	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1. Objek Penelitian	34
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian	34
3.3. Batasan Penelitian	34
3.4. Jenis dan Sumber Data	35
3.5. Teknik Pengumpulan Data	35
3.6 Populasi dan Sampel	43
3.7 Teknik Analisis	44
3.8 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambar Umum Perusahaan	46
4.2 Hasil dan Pembahasan	48
4.2.1 Karakteristik Responden	48
4.2.2 Uji Instrumen Data	51
4.2.3 Analisis Variabel	54
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	60
4.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda	63
4.2.6 Uji Koefisien Korelasi	65

4.2.7 Uji Koefisien Determinasi	66
4.2.8 Uji Hipotesis	67
4.3 Pembahasan.....	71
BAB V PENUTUP.....	76
5.1 KESIMPULAN.....	77
5.2 SARAN	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	8

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 1.2 Tabel Skala <i>Likert</i>	38
Tabel 1.3 Definisi Operasional	39
Tabel 1.4 Frekuensi Pembelian	43
Tabel 1.5 Karakteristik Jenis Kelamin	43
Tabel 1.6 Karakteristik Usia	44
Tabel 1.7 Karakteristik Profesi	44
Tabel 1.8 Karakteristik Pendapatan	45
Tabel 1.9 Hasil uji Validitas.....	45
Tabel 1.10 Hasil Uji Reabilitas	46
Tabel 1.11 Hasil Uji Multikolinieritas	48
Tabel 1.12 Hasil Jawaban Responden Variabel Frugal Living (X_1).....	49
Tabel 1.13 Hasil Jawaban Responden Variabel Harga (X_2)	50
Tabel 1.14 Hasil Jawaban Responden Variabel E-WoM (X_3).....	51
Tabel 1.15 Hasil Jawaban Responden Variabel keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 1.16 Hasil uji Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 1.17 Hasil uji R (Korelasi) dan R^2 (Determinasi)	54
Tabel 1.18 Hasil uji t (parsial).....	55
Tabel 1.19 Hasil uji f (simultan)	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna <i>E-Commerce</i> Indonesia	2
Gambar 1.2 Shopee Penguasa <i>E-Commerce</i>	6
Gambar 1.3 Frugal Living.....	7
Gambar 1.4 Harga Produk di Aplikasi Shopee	8
Gambar 1.5 E-WoM Pada Sosial Media	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1 Logo Aplikasi Shopee	47
Gambar 4.2 Peringkat Shopee di Apps Store.....	48
Gambar 4.3 Grafik Heterosdekastisitas.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	1
Lampiran 2. Rekapulasi Data.....	5
Lampiran 3. Hasil Data Karakteristik Responden.....	20
Lampiran 4. Hasil Output SPSS.....	22
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas.....	29
Lampiran 6. Hasil Uji Reabilitas.....	33
Lampiran 7. Hasil Uji Normalitas.....	34
Lampiran 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	36
Lampiran 9. Hasil Uji Multikolinieritas.....	37
Lampiran 10. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
Lampiran 11. Hasil Uji Koefisien Korelasi (R).....	39
Lampiran 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	40
Lampiran 13. Hasil Uji t (Parsial).....	41
Lampiran 14. Hasil Uji F (Simultan).....	42