

**ANALISIS PENGARUH GRATIS ONGKIR, *FLASH SALE* DAN *ONLINE
CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SOMETHINC DI PLATFORM SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI**

SKRIPSI

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



**Disusun Oleh:
EKA PUTRI DWITAMI
NPM. 2022510167**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
FAKULTAS EKONOMI
TAHUN 2026**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Gratis Ongkir, Flash Sale dan Online
Customer Review terhadap Keputusan Pembelian produk
Something Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas
Indo Global Mandiri
Nama : Eka Putri Dwitami
NPM : 2022510167
Program Studi : Manajemen
Pembimbing I : Meilin Veronica, SE., Ak., MM. CA., ASEAN CPA
Pembimbing II : Dr. Yeni, S.E.,M.Si.,CDM
Tanggal Ujian Skripsi : 11 Agustus 2026

Palembang, 20 Agustus 2026

Disetujui Oleh,

Pembimbing I,

Meilin Veronica, SE., Ak., MM. CA.,
ASEAN CPA
NIDN. 0225058402

Pembimbing II,

Dr. Yeni, S.E.,M.Si.,CDM
NIDN. 0204017801

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen

Mohammad Kurniawan DP,SE.,M.Si
NIDN. 0202067802

Plt. Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. H. Chandra Satria, S.E.,M.Si
NIDN. 0209068101

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh :

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Gratis Ongkir, Flash Sale dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian produk Somethinc Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri
Nama : Eka Putri Dwitami
NPM : 2022510167
Program Studi : Manajemen

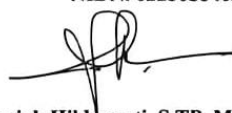
Telah dipertahankan di hadapan Dosen Penguji Ujian Skripsi & Komprehensif dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

Penguji Ujian Skripsi dan Komprehensif,

Ketua Penguji :


Meilin Veronica, SE., Ak., MM. CA., ASEAN CPA
NIDN. 0225058402

Penguji I :


Dr. Hj. Siti Komariah Hildayanti, S.TP., M.M., CIRR., CLMA
NIDN. 0201077302

Penguji II :


Dr. Susi Handayani, S.E., M.Si., CHRM
NIDN. 0225107002

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen


Mohammad Kurniawan DP, SE., M.Si
NIDN. 0202067802

Plt. Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. H. Chandra Satria, S.E., M.Si
NIDN. 0209068101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eka Putri Dwitami
NPM : 2022510167
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 mendapat 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, 13 Agustus 2026



Eka Putri Dwitami
NPM. 2022510167

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Gratis Ongkir, *Flash Sale* Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Di Platform Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri Palembang. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Marzuki Alie, S.E., M.M., Ph.D. selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
2. Dr. H. Chandra Satria, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
3. Mohammad Kurniawan DP, S.E., M. Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
4. Meilin Veronica, SE.,MM.,Ak.,CA.,ASEAN CPA selaku dosen pembimbing I, terima kasih atas bimbingan, kesabaran, dan arahan yang telah diberikan. Setiap masukan adalah cahaya yang menerangi jalan penulis dalam menyelesaikan karya ini.
5. Dr. Yeni, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing II, terima kasih atas waktu, perhatian, dan kritik membangun yang telah diberikan sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang atas ilmu dan pelayanan yang diberikan.
7. Untuk Papa tercinta, tiada kata yang dapat penulis ungkapkan selain rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala cinta, kasih sayang, doa,

serta pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis. Terima kasih atas setiap perjuangan yang mungkin tidak selalu penulis lihat secara langsung, namun begitu besar maknanya dalam perjalanan hidup penulis. Terima kasih karena tetap hadir dan memberikan dukungan, meskipun pada suatu waktu jarak dan keadaan sempat memisahkan. Penulis menyadari bahwa tidak semua rasa dapat diungkapkan dengan kata-kata, tetapi kasih sayang dan ketulusan Papa selalu menjadi kekuatan bagi penulis untuk terus melangkah. Semoga pencapaian ini dapat menjadi langkah awal untuk membanggakan Papa dan menjadi wujud sederhana dari rasa terima kasih penulis atas segala cinta, pengorbanan, dan dukungan yang telah diberikan.

8. Mama tercinta, tiada kata yang mampu penulis ungkapkan selain rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala cinta, kasih sayang, doa, dukungan, serta pengorbanan yang telah diberikan. Terima kasih atas setiap kerja keras dan perjuangan dalam membesarkan, mendidik, dan mendampingi penulis hingga mampu menyelesaikan pendidikan ini. Penulis menyadari bahwa segala pengorbanan tersebut tidak akan pernah dapat terbalaskan sepenuhnya. Namun, penulis akan selalu berusaha memberikan yang terbaik dan membahagiakan Mama. Terima kasih karena selalu hadir di setiap keadaan, menjadi tempat bersandar, serta memberikan kekuatan melalui setiap doa yang dipanjatkan, setiap air mata yang jatuh karena rasa khawatir, dan setiap pelukan hangat yang menguatkan penulis. Semua kasih sayang dan pengorbanan tersebut menjadi kekuatan terbesar yang mengantarkan penulis hingga berada di titik ini. Skripsi ini merupakan persembahan sederhana sebagai wujud rasa terima kasih dan penghargaan atas segala pengorbanan yang telah diberikan.
9. Untuk kakak tersayang, tiada kata yang dapat penulis ungkapkan selain rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala cinta, kasih sayang, doa, dukungan, serta pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis. Terima kasih atas setiap perjuangan dan pengorbanan yang telah dilakukan untuk selalu memberikan semangat, motivasi, dan dorongan sehingga penulis dapat terus melangkah hingga berhasil menyelesaikan pendidikan dan meraih gelar sarjana. Penulis menyadari bahwa segala kebaikan dan pengorbanan yang telah diberikan

tidak akan pernah dapat terbalaskan sepenuhnya. Namun, penulis akan selalu berusaha memberikan yang terbaik dan membahagiakan Kakak. Skripsi ini merupakan persembahan sederhana sebagai wujud rasa terima kasih dan penghargaan atas segala pengorbanan, dukungan, dan kasih sayang yang telah diberikan selama ini.

10. Untuk teman-teman ku tersayang Linda Apriani, Sheva, dan Amelia Putri terimakasih telah menjadi teman yang selalu ada, menjadi tempat pulang saat hati Lelah, dan terus memberi dukungan yang tulus. Kalian adalah hadiah terindah yang Allah berikan kepada ku.
11. Teman-teman Manajemen Angkatan 2022 dan teman-teman seperjuangan, terimakasih atas kebersamaan, dukungan dan semangat yang diberikan.
12. Teman-teman seperjuangan Marisa, Putri, Ines, Aisyah, Misel dan Rike terima kasih telah berjuang bersama dalam masa-masa tersulit penulis.
13. Terakhir, terima kasih untuk diriku sendiri yang telah berjuang sampai sejauh ini. Terima kasih karena tetap bertahan di saat lelah, tetap berusaha di saat merasa ingin menyerah, dan tetap percaya bahwa semua proses ini akan berakhir dengan baik. Skripsi ini menjadi saksi dari perjalanan yang tidak selalu mudah, namun penuh dengan pelajaran, kesabaran, dan usaha yang tidak sedikit. Pada akhirnya, segala doa, air mata, dan kerja keras yang telah dilalui mengantarkan penulis pada titik ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Palembang, Juni 2026

Eka Putri Dwitami

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Gratis Ongkir, *Flash Sale*, dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Something di platform Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 854 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri angkatan 2022-2025. Sampel sebanyak 273 responden yang ditentukan menggunakan Rumus Slovin, dengan teknik purposive sampling. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder berupa kuesioner (google form). Teknik analisis data menggunakan SPSS versi 26, melalui analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, uji koefisien korelasi, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Gratis Ongkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t_{hitung} 10,811 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Flash Sale berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t_{hitung} 10,052 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Online Customer Review berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t_{hitung} 2,322 dan signifikansi $0,021 < 0,05$. Secara simultan, Gratis Ongkir, Flash Sale, dan Online Customer Review berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai F hitung sebesar 244,160 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien korelasi (R) 0,855 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara variabel independen dengan Keputusan Pembelian. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,731 menunjukkan bahwa Gratis Ongkir, Flash Sale, dan Online Customer Review mampu menjelaskan 73,1% variasi Keputusan Pembelian, sedangkan 26,9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata Kunci : Gratis Ongkir; *Flash Sale*; *Online Customer Review*; Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Free Shipping, Flash Sale, and Online Customer Review on the Purchase Decision of Somethinc Products on the Shopee platform among students of the Faculty of Economics, Indo Global Mandiri University. The research method used is a quantitative method with a descriptive approach. The population in this study was 854 students of the Faculty of Economics, Indo Global Mandiri University, class of 2022-2025. A sample of 273 respondents was determined using the Slovin Formula, with a purposive sampling technique. The data used were primary data and secondary data in the form of a questionnaire (google form). The data analysis technique used SPSS version 26, through multiple linear regression analysis, t-test, F-test, correlation coefficient test, and determination coefficient test. The results of the study show that partially Free Shipping has a positive and significant effect on Purchase Decisions with a calculated t value of 10.811 and a significance of $0.000 < 0.05$. Flash Sale has a positive and significant effect on Purchase Decisions with a calculated t value of 10.052 and a significance of $0.000 < 0.05$. Online Customer Review has a positive and significant effect on Purchasing Decisions with a calculated t value of 2.322 and a significance of $0.021 < 0.05$. Simultaneously, Free Shipping, Flash Sale, and Online Customer Review have a significant effect on Purchasing Decisions with a calculated F value of 244.160 and a significance of $0.000 < 0.05$. The correlation coefficient (R) value of 0.855 indicates a very strong relationship between the independent variables and Purchasing Decisions. The coefficient of determination (R^2) value of 0.731 indicates that Free Shipping, Flash Sale, and Online Customer Review are able to explain 73.1% of the variation in Purchasing Decisions, while the remaining 26.9% is explained by other variables outside the study.

Keyword : Free Shipping; Flash Sale; Online Customer Review; Purchase Decision

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
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>Theory Of Planned Behavioral</i> (TPB)	15
2.2 Gratis Ongkir	16
2.2.1 Pengertian Gratis Ongkir	16
2.2.2 Manfaat Gratis Ongkir	16
2.2.3 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Gratis Ongkir	18
2.2.4 Indikator Gratis Ongkir	18
2.3 <i>Flash Sale</i>	19
2.3.1 Pengertian <i>Flash Sale</i>	19
2.3.2 Manfaat <i>Flash Sale</i>	20
2.3.3 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi <i>Flash Sale</i>	20
2.3.4 Indikator <i>Flash Sale</i>	21
2.4 <i>Online Customer Review</i>	22
2.4.1 Pengertian <i>Online Customer Review</i>	22
2.4.2 Manfaat <i>Online Customer Review</i> (OCR)	23
2.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Online Customer Review</i>	24
2.4.4 Indikator <i>Online customer review</i>	24

2.5 Keputusan Pembelian.....	25
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.5.2 Manfaat Keputusan Pembelian	26
2.5.3 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	27
2.5.4 Indikator Keputusan pembelian	31
2.6 Penelitian Terdahulu	33
2.7 Kerangka Pemikiran	38
2.8 Hipotesis	40
2.9 Hubungan Antar Variabel	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	39
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	39
3.3 Jenis Data dan Sumber Data.....	39
3.3.1 Jenis Data	39
3.3.2 Sumber Data	40
3.4 Populasi dan Sampel	40
3.4.1 Populasi	40
3.4.2 Sampel.....	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6 Teknik Analisis Data	44
3.6.1 Uji Kualitas Data	44
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	45
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas	46
3.6.4 Analisis Regresi Berganda	46
3.6.5 Uji Hipotesis	47
3.6.5.3 Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (UJI R^2).....	48
3.7 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	51
4.1.1 Visi Misi.....	52
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Karakteristik Responden	53
4.2.2 Analisis Hasil Penelitian	58
4.3 Pembahasan	69

4.3.1 Pengaruh Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian.....	69
4.3.2 Pengaruh <i>Flash Sale</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.3.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian produk	74
4.3.4 Pengaruh Gratis Ongkir, <i>Flash Sale</i> , dan <i>Online Customer Review</i> , terhadap Keputusan Pembelian	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	79
5.3 Keterbatasan Penelitian	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	86