

**PENGARUH DISKON PRODUK, PROMOSI DAN VARIASI
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
APLIKASI *eFOOD*
(STUDI KASUS PADA GENERASI Z DI KELURAHAN TELUK
PUCUNG)**

SKRIPSI

Oleh :

Rizka Rahmah Nabiilah

202010325254



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Diskon Produk, Promosi Dan Variasi
Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi
eFOOD (Studi Kasus Pada Generasi Z Di
Kelurahan Teluk Pucung)

Nama Mahasiswa : Rizka Rahmah Nabiilah

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325254

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 25 Januari 2024

Jakarta, 01 Februari 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I



Dr. Hadita, S.Pd., MM
NIDN. 0329048302

Dosen Pembimbing II



Neng Siti Komariah, SE., MM
NIDN. 0327128105

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Diskon Produk, Promosi Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi eFOOD (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kelurahan Teluk Pucung)

Nama Mahasiswa : Rizka Rahmah Nabillah

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325254

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 25 Januari 2024

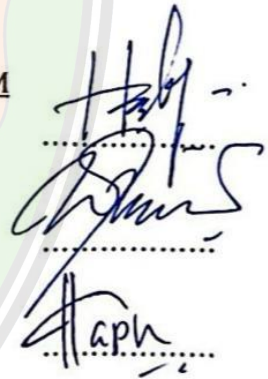
Jakarta, 01 Februari 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN. 0318087101

Sekretaris Tim Penguji : Widi Winarso, SE., MM
NIDN. 0319067606

Penguji : Dr. Hadita, S.Pd., MM
NIDN. 0329048302



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Istianingsih, SE., M.S.Ak
NIDN. 0318107101

LEMBAR PERYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh Diskon Produk, Promosi Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi *eFOOD* (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kelurahan Teluk Pucung). Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 01 Februari 2024
Yang membuat pernyataan,



Rizka Kahmah Nabillah
202010325254

ABSTRAK

Rizka Rahmah Nabillah, 202010325254. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan apakah pengaruh diskon produk, promosi dan variasi produk secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di aplikasi *eFOOD*.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan dalam mendapatkan sampel penelitian ini penulis menggunakan metode purposive sampling. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 102 responden yang dimana fokus responden ini ialah pengguna aplikasi *eFOOD* pada generasi Z di Kelurahan Teluk Pucung. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan terdapat variabel-variabel yang saling berpengaruh dan ada juga variabel yang tidak berpengaruh, seperti penjelasan singkat berikut ini: 1. Pada variabel diskon produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena original yang dihasilkan dari perhitungan uji parsial yang menunjukkan nilai t-hitung sebesar 1,812 dan t-tabel 1,984 sehingga dapat disimpulkan bahwa $1,812 < 1,989$ serta diperoleh nilai signifikan $0,073 > 0,05$. 2. Pada variabel promosi produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan hasil perhitungan uji parsial yang menunjukkan nilai t-hitung sebesar 5,046 dan t-tabel 1,984 sehingga dapat disimpulkan bahwa $5,046 > 1,989$ serta diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$. 3. Pada variabel variasi produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan dengan hasil uji dan analisis data diperoleh hasil perhitungan uji parsial yang menunjukkan nilai t-hitung sebesar 2,724 dan t-tabel 1,984 sehingga dapat disimpulkan bahwa $2,724 > 1,989$ serta diperoleh nilai signifikan $0,008 < 0,05$.

Kata Kunci: Diskon Produk, Promosi, Variasi Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Rizka Rahmah Nabiilah, 202010325254. *This study aims to determine and prove whether the effect of product discounts, promotions and product variations simultaneously and partially has a significant effect on purchasing decisions in the eFOOD application.*

In this study using quantitative research methods and in obtaining this research sample the author used purposive sampling method. The number of samples used in this study was 102 respondents where the focus of these respondents was eFOOD application users in generation Z in Teluk Pucung Village. The results of the research that have been carried out there are variables that influence each other and there are also variables that do not influence, such as the following brief explanation: 1. The product discount variable partially does not affect the purchase decision because the original resulting from the partial test calculation shows a t-count value of 1.812 and a t-table of 1.984 so that it can be concluded that $1.812 < 1.989$ and obtained a significant value of $0.073 > 0.05$. 2. In the variable of product promotion partially affects the purchase decision with the results of partial test calculations showing a t-count value of 5.046 and t-table of 1.984 so that it can be concluded that $5.046 > 1.989$ and obtained a significant value of $0.000 < 0.05$. 3. In the variable product variation partially affects the decision with test results and data analysis, partial test calculation results are obtained which show a t-count value of 2.724 and t-table of 1.984 so that it can be concluded that $2.724 > 1.989$ and obtained a significant value of $0.008 < 0.05$.

Keywords: *Product Discounts, Promotions, Product Variations, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Diskon Produk, Promosi Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi *eFOOD* (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kelurahan Teluk Pucung)”. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kehadiran baginda Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari jalan kegelapan menuju jalan terang benderang dalam naungan agama Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, Drs., S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M selaku dosen pembimbing I skripsi. Peneliti dapat berproses menyelesaikan skripsi ini dengan lancar berkat bimbingan Ibu.
5. Ibu Neng Siti Komariah, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II skripsi. Peneliti dapat berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan lancar berkat bimbingan Ibu.
6. Ibu Dr. Heni Rohaeni, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik. Terima kasih telah mendukung dan memotivasi peneliti dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua orang tuaku, ayahku Alm Namin S.Pd dan mamaku tersayang Hj. Siti Imron S.Pd yang telah membesarkanku, mendidik dan tidak pernah lelah dalam memberikan dukungan dan materi, dan yang mengajarku arti sebuah kesabaran, kejujuran dalam hidup. Karya ini saya persembahkan untuk kalian. Terima kasih pada ayah (Alm) dan mama, dan kelak cita-cita saya ini akan

menjadi persembahan yang paling mulia untuk kalian, dan semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat-Nya kepada ayah dan mama.

8. Kedua kakak kandungku, Eliza Navira AMD.AK dan Endah Chintia Dewi S.E, yang selalu memberikan dukungan do'a dan perhatian. Terima kasih sudah menggantikan posisi Alm. Ayah untuk terus menyayangi dan menjaga adikmu ini.
9. Kepada Sahabat-sahabat saya yaitu, Alysha, Angga, Annisa, Jasmine dan Putri yang telah mendukung dan memberikan saya semangat untuk tetap mengerjakan skripsi saya.
10. Para responden yang sudi menyisihkan waktunya untuk mengisi kuesioner
11. Rizka Rahmah Nabillah, *last but no least, ya!* diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena dengan segala keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang masih harus penulis tingkatkan lagi agar bisa lebih baik ke depannya. Untuk itu, penulis sangat menerima kritik dan saran yang membangun dari pihak mana pun. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk siapapun yang membacanya.

Jakarta, 05 Oktober 2023



Rizka Rahmah Nabillah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Tugas Akhir	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Diskon Produk	11
2.1.1 Pengertian Diskon Produk.....	11
2.1.2 Jenis-jenis Diskon Produk.....	11
2.1.3 Indikator Diskon Produk.....	12
2.2 Promosi.....	13
2.2.1 Pengertian Promosi	13
2.2.2 Tujuan Promosi	13
2.2.3 Indikator Promosi.....	14
2.3 Variasi Produk.....	15

2.3.1	Pengertian Variasi Produk.....	15
2.3.2	Indikator Variasi Produk.....	15
2.4	Keputusan Pembelian.....	16
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
2.4.2	Jenis-jenis Keputusan Pembelian.....	16
2.4.3	Indikator Keputusan Pembelian.....	18
2.5	Telaah Empiris.....	18
2.6	Kerangka Konseptual.....	33
2.7	Hipotesis Penelitian.....	35
2.7.1	Pengaruh Discount Produk Terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi <i>eFOOD</i>	35
2.7.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi <i>eFOOD</i>	35
2.7.3	Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi <i>eFOOD</i>	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		38
3.1	Desain Penelitian.....	38
3.2	Populasi dan Sampel.....	38
3.2.1	Populasi.....	38
3.2.2	Sampel.....	38
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	40
3.3.1	Jenis Data.....	40
3.3.2	Sumber Data.....	40
3.4	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya.....	41
3.4.1	Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4.2	Skala Pengukuran.....	42
3.5	Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	43
3.5.1	Uji Validitas.....	43
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	44
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	44
3.5.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	46

3.5.5 Uji Hipotesis.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	49
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	49
4.1.2 Logo <i>eFOOD</i>	50
4.1.3 Fitur Utama <i>eFOOD</i>	50
4.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	51
4.2.1 Rekapitulasi Kuesioner	51
4.2.2 Identitas Responden	51
4.3 Uji Kualitas Data.....	55
4.3.1 Uji Validitas	55
4.3.2 Uji Reliabilitas	57
4.4 Uji Asumsi Klasik	59
4.4.1 Uji Normalitas.....	59
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	62
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	63
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
4.6 Uji Hipotesis.....	65
4.6.1 Uji parsial (Uji <i>t</i>).....	65
4.6.2 Uji Kelayakan (Uji <i>F</i>).....	67
4.6.3 Uji Koefisien determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	68
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
4.7.1 Pengaruh Diskon Produk terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi <i>eFOOD</i>	69
4.7.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi <i>eFOOD</i>	69
4.7.3 Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi <i>eFOOD</i>	70
BAB V PENUTUP.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Keterbatasan Penelitian	72

5.3	Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....		75



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	41
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	43
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	51
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden.....	53
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	54
Tabel 4. 5 Hasil Validasi Diskon Produk (X1)	55
Tabel 4. 6 Hasil Validasi Promosi (X2).....	56
Tabel 4. 7 Hasil Validasi Variasi Produk (X3)	56
Tabel 4. 8 Hasil Validasi Keputusan Pembelian (Y)	57
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Diskon Produk (X1).....	57
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Promosi (X2)	58
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Variasi Produk (X3).....	58
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	59
Tabel 4. 13 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	61
Tabel 4. 14 Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4. 15 Analisis Regresi Linier Berganda	64
Tabel 4. 16 Uji Parsial (Uji t).....	66
Tabel 4. 17 Uji Kelayakan (Uji F)	67
Tabel 4. 18 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R ²).....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet Di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Aplikasi Pesan Antar Makanan Terpopuler	3
Gambar 1. 3 Layanan Yang Diberikan Aplikasi <i>eFOOD</i>	4
Gambar 1. 4 Perbandingan Diskon Produk, Promosi dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Antar Makanan.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	34
Gambar 4. 1 Logo <i>eFOOD</i>	50
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	54
Gambar 4. 5 Grafik Normal P-P Plot.....	60
Gambar 4. 6 Grafik Scatterplot.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme

Lampiran 2 Uji Refrensi Skripsi

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 5 Hasil Uji SPSS Versi 26

Lampiran 6 Buku Bimbingan

Lampiran 7 Riwayat Hidup

