

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *KERAGAMAN PRODUK* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM PENGGUNA *APLIKASI TOKOPEDIA*.**

(STUDI PADA PENGGUNA BARU APLIKASI TOKOPEDIA)

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN MEMPEROLEH

GELAR SARJANA (S1)



Tri Ismi Amelia

2018.69.10.0045

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK

UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : *PENGARUH PRICE DISCOUNT, KERAGAMAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM APLIKASI
TOKOPEDIA (Studi Pengguna Baru Aplikasi Tokopedia)*

Disusun Oleh : Tri Ismi Amelia

NIM : 201869100045

Jurusan : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan
didepan tim penguji
Pasuruan, 06 Agustus 2022

Menyetujui

Kaprodi

Pembimbing



NIP. Y.069.15.20.01

(Dr. Any Urwatul Wusko, S. Sos., M. AB)

NIP. Y.069.11.03.037

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERINTAHKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
YUDHARTA PASURUAN PADA :

HARI : SABTU

TANGGAL : 06 AGUSTUS 2022

JAM : 09.00

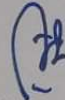
JUDUL : PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, KERAGAMAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA
APLIKASI TOKOPEDIA (STUDI PADA PENGGUNA BARU
APLIKASI TOKOPEDIA)

DINYATAKAN LULUS

Majelis Penguji

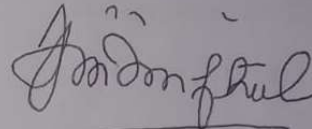
KETUA PENGUJI

ANGGOTA PENGUJI



Dr. Kholid Murtadlo S.E., M.E

NIP. Y.069.02.03.006



Dr. Eko Agus Alfianto, M.AB

NIP. Y.069.04.03.012

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu politik



Dr. Any Urwatul W., M.AB

NIP. Y.069.11.03.037

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tri Ismi Amelia

Nim : 201869100045

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 25 Mei 2022

Yang membuat pernyataan,

Tanda Tangan



NIM. 201869100045

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah S.W.T yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Price Discount dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Pada Aplikasi Tokopedia (Studi Pada Pengguna Baru Tokopedia)”. Proposal skripsi ini disusun sebagai syarat menyelesaikan studi jenjang strata satu (S1) , Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Yudharta Pasuruan.

Penulis menyadari sebelumnya, telah mendapat banyak dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan waktu, tenaga, dan pikirannya. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Romo K.H Sholeh Bahrudin selaku pengasuh Yayasan Pondok Pesantren Ngalah yang senantiasa membimbing kami, baik jasmani maupun rohani.
2. Bapak Dr. Kholid Murtadlo S.E selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Ibu Dr. Any Urwatul Wusko S.Sos., M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik.
4. Ibu Nur Ajizah S.Sos , M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis.
5. Ibu Dr. Any Urwatul Wusko S.Sos., M.AB selaku dosen pembimbing.
6. Kedua orang tua yang senantiasa memberi semangat dan doanya.

7. Teman–teman yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

8. Dia yang jauh ada di Pulau Bali, yang dari sempro menyemangati saya dan memberikan beberapa gift untuk hadiah pencapaian saya, saya ucapkan Terimakasih.

9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis yang telah berjasa dan membantu baik moril maupun semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.

10. Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting.

Akhir kata, penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membantu demi kesempurnaan proposal skripsi kedepannya.

Pasuruan, 25 Mei 2022

Penulis

Tri Ismi Amelia
NIM.201869100045

RINGKASAN

Tri Ismi Amelia, Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta, 21 Juli 202. *PENGARUH PRICE DISCOUNT, KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA. (Studi Pada Pengguna Baru Aplikasi Tokopedia).*

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh *Price Discount, Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian* Pada Pengguna Baru Aplikasi Tokopedia. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dengan penyebaran kusioner sebagai teknik pengumpulan data. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dimana orang yang diilih sebagai sampel sesuai dengan dilakukannya penelitian, sampel yang digunakan sebanyak 100 responden melalui penyebaran kusioner. Rumus yang digunakan rumus Lemeshow (1997). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Teknik analisis data yang digunakan ialah menggunakan *software SPSS 25*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) *Variabel Price Discount* berpengaruh signifikan terhadap *Keputusan Pembelian*, (2) *Variabel Keragaman Produk* berpengaruh signifikan terhadap *Keputusan Pembelian*, dan (3) *Variabel Price Discount* dan *Keragaman Produk* secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Keputusan Pembelian*.

Keywords : *Price Discount, Keragaman Produk, dan Keputusan Pembelian*

SUMMARY

Tri Ismi Amelia, Business Administration Study Program, Yudharta University, July 21, 202. EFFECT OF PRICE DISCOUNT, PRODUCT DIVERSITY ON PURCHASE DECISIONS IN TOKOPEDIA APPLICATION USERS. (Study on new users of the Tokopedia application).

The purpose of this study was to determine the effect of price discounts, product diversity on purchasing decisions for new users of the Tokopedia application. This type of research uses descriptive research with a quantitative approach, with questionnaires as a data collection technique. The sampling method used purposive sampling, which is a sampling technique where people are selected as samples according to the research, the sample used is 100 respondents through questionnaires. The formula used is the Lemeshow (1997) formula. The data analysis method used in this research is multiple linear regression analysis. The data analysis technique used is using SPSS 25 software.

The results of this study indicate that: (1) Price Discount Variables have a significant effect on Purchase Decisions, (2) Product Diversity Variables have a significant effect on Purchase Decisions, and (3) Price Discount and Product Diversity variables simultaneously or simultaneously have a significant effect. and positive to the Purchase Decision.

Keywords : Price Discount, Product Diversity, and Purchase Decision

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk Ayah saya yang sudah berjuang dan menyemangati saya kuliah dan untuk Almh. Mama saya tercinta yang sudah di Surga-Nya sang pencipta serta kepada all sister Farida Lutfiah dan Aning Rahmawati terimakasih atas dukungan dan semangatnya selama ini dan untuk diriku sendiri yang sudah mau berjuang tanpa putus asa dalam pengerjaan skripsi dan mendapatkan gelar sarjana.

DAFTAR ISI

Sampul Depan	
Sampul Belakang	
Tanda Persetujuan	i
Tanda Pengesahan	ii
Pernyataan Keaslian	iii
Halaman Persembahan	iv
Motto	v
Ringkasan	vi
Summary	vii
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xv
 BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8

1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Hubungan Antar Variabel	30
2.4 Hipotesis.....	33
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Lokasi Penelitian	36
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.6 Uji Instrumen	41
3.7 Teknik Analisis Data	43
3.8 Uji Asumsi Klasik	45
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis	46
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	45
4.2 Gambaran Umum Responden	47
4.3 Analisis Statistik Deskriptif	52
4.4 Uji Instrumen Penelitian	57
4.5 Uji Asumsi Klasik	59

4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	63
4.7 Koefisien Determinasi	67
4.8 Pengujian Hipotesis	67
4.9 Pembahasan Pengaruh Antar Variabel	70
 BAB 5. PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran.....	75
 DAFTAR PUSTAKA	 76
 LAMPIRAN	 78

DAFTAR TABEL

Tabel	Keterangan	Hal
2.1.3	Indikator Variabel Price Discount	13
2.1.4	Indikator Variabel Keragaman Produk	15
2.1.5	Indikator Variabel Keputusan Pembelian	16
2.2	Ringkasan Peneliti Terdahulu	27
3.1	Definisi Operasional Variabel Price Discount	39
3.2	Definisi Operasional Variabel Keragaman Produk	40
3.3	Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian	41
4.1	Klasifikasi Jenis Kelamin Responden	52
4.2	Distribusi Usia/Umur Responden	53
4.3	Pendidikan Terakhir Responden	54
4.4	Pekerjaan Responden	55
4.5	Nilai Rata-Rata Skor	57
4.6	Distribusi Frekuensi Variabel Price Discount	57
4.7	Distribusi Frekuensi Variabel Keragaman Produk	59
4.8	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	61
4.9	Hasil Uji Validitas	62
4.10	Hasil Uji Realibilitas	63

4.11	Hasill Analisis Regresi Linier Berganda	64
4.12	Hasil Uji Normalitas	66
4.13	Hasil Uji Multikolinieritas	67
4.14	Hasil Uji T	69
4.15	Hasil Uji F	70
4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Keterangan	Hal
1.1	Contoh Produk Yang Dijual di Tokopedia	2
1.2	Fitur Jual-Beli Pada Tokopedia	3
1.3	Grafik Top Brand Awards MarketPlace	4
2.1	Model Penelitian Iffah Alfi, dkk 2019	18
2.2	Model Penelitian Rona Rofi'ah, dkk 2021	19
2.3	Model Penelitian Afrida 2021	20
2.4	Model Penelitian Rizki Warahma dan Mudiantono 2017	21
2.5	Model Penelitian Anggun Prabarini, dkk 2018	22
2.6	Model Penelitian Susiana Simamora dan Realize 2020	23
2.7	Model Penelitian Yusuf Suhardi, dkk 2020	24
2.8	Model Penelitian Renata Dini dan R.Sugeng 2019	25
2.9	Model Penelitian Santika Dewi, dkk 2020	26
2.10	Model Penelitian Yunani Ogi, dkk 2018	27
2.11	Model Penelitian Amelia, (2022)	33
4.1	Logo Aplikasi Tokopedia	49
4.2	Diagram Jenis Kelamin	53
4.3	Diagram Usia/umur Responden	54

4.4	Diagram Pendidikan Responden	55
4.5	Diagram Pekerjaan Responden	56
4.6	Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram	65
4.7	Hasil Uji Normalitas Grafik Normal Plot	66
4.8	Hasil Uji Heteroskedastisitas	67

RINGKASAN

Tri Ismi Amelia, Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta, 21 Juli 202. PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA*. (Studi Pada Pengguna Baru Aplikasi Tokopedia).

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh *Price Discount*, *Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian* Pada Pengguna Baru Aplikasi Tokopedia. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dengan penyebaran kusioner sebagai teknik pengumpulan data. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dimana orang yang diilih sebagai sampel sesuai dengan dilakukannya penelitian, sampel yang digunakan sebanyak 100 responden melalui penyebaran kusioner. Rumus yang digunakan rumus Lemeshow (1997). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Teknik analisis data yang digunakan ialah menggunakan *software SPSS 25*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) *Variabel Price Discount* berpengaruh signifikan terhadap *Keputusan Pembelian*, (2) *Variabel Keragaman Produk* berpengaruh signifikan terhadap *Keputusan Pembelian*, dan (3) *Variabel Price Discount* dan *Keragaman Produk* secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Keputusan Pembelian*.

Keywords : *Price Discount, Keragaman Produk, dan Keputusan Pembelian*

SUMMARY

Tri Ismi Amelia, Business Administration Study Program, Yudharta University, July 21, 202. EFFECT OF PRICE DISCOUNT, PRODUCT DIVERSITY ON PURCHASE DECISIONS IN TOKOPEDIA APPLICATION USERS. (Study on new users of the Tokopedia application).

The purpose of this study was to determine the effect of price discounts, product diversity on purchasing decisions for new users of the Tokopedia application. This type of research uses descriptive research with a quantitative approach, with questionnaires as a data collection technique. The sampling method used purposive sampling, which is a sampling technique where people are selected as samples according to the research, the sample used is 100 respondents through questionnaires. The formula used is the Lemeshow (1997) formula. The data analysis method used in this research is multiple linear regression analysis. The data analysis technique used is using SPSS 25 software.

The results of this study indicate that: (1) Price Discount Variables have a significant effect on Purchase Decisions, (2) Product Diversity Variables have a significant effect on Purchase Decisions, and (3) Price Discount and Product Diversity variables simultaneously or simultaneously have a significant effect. and positive to the Purchase Decision.

Keywords : Price Discount, Product Diversity, and Purchase Decision

BAB I

1.1 LATAR BELAKANG

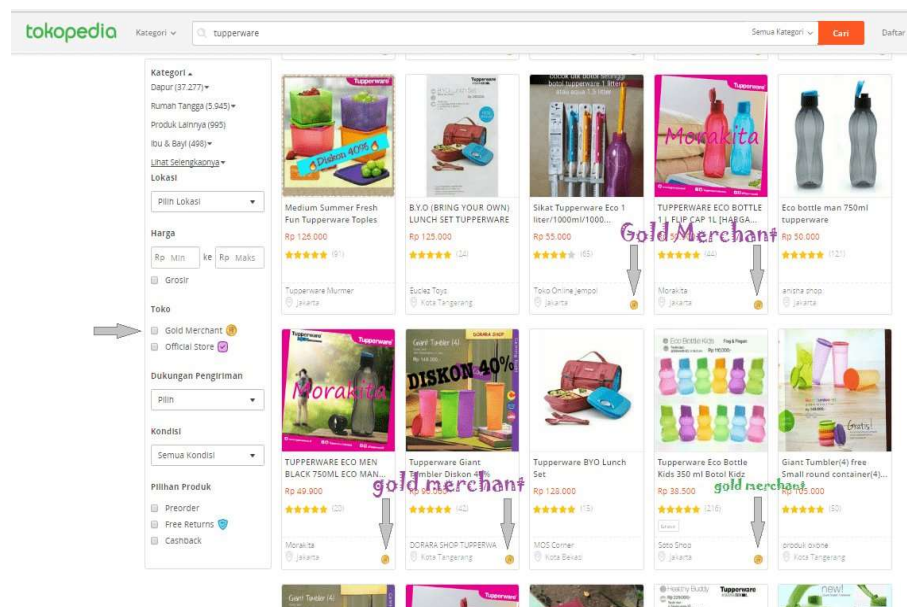
Electronic commerce ataupun e-commerce merupakan suatu web jual beli yang dicoba lewat media elektronik ataupun online. Walaupun sarananya meliputi tv serta telepon, saat ini e-commerce lebih kerap lewat media internet. Karena penafsiran e-commerce tersebut, terkadang terdapat kesalahpahaman tentang e-commerce serta marketplace. Sebutan e-commerce, digunakan mendeskripsikan seluruh transaksi yang mengenakan media elektronik.

Marketplace merupakan salah satu model e-commerce, dimana dia berperan sebagai perantara antara penjual serta pembeli. Penjual yang berdagang di marketplace hanya butuh meladeni pembelian. Seluruh kegiatan lain semacam pengelolaan web sudah diurus oleh platform tersebut. Marketplace dirancang buat meminimalisir suatu proses bisnis yang lingkungan sehingga terbentuk efisiensi serta efektifitas. Dengan terdapatnya marketplace tiap orang bisa melaksanakan sesuatu kegiatan jual-beli dengan gampang, kilat serta murah sebab tidak terdapat batasan ruang, jarak serta waktu. Situs-situs semacam Tokopedia merupakan salah satu contoh dari marketplace.

Tokopedia ialah salah satu pusat perbelanjaan online di Indonesia yang mengusung model bisnis marketplace, Tokopedia membolehkan tiap orang, toko kecil, serta brand buat membuka serta mengelola toko online, sejak diluncurkan, layanan bawah pada Tokopedia bisa digunakan oleh seluruh orang secara free. Dengan visi“ Membangun Indonesia yang Lebih Baik Lewat Internet”, Tokopedia mempunyai program buat menunjang para pelakon Usaha

Mikro Kecil serta Menengah(UMKM) serta perorangan buat mengembangkan usaha mereka dengan metode memasarkan produk secara online. Vice President (VP) of Corporate Communications Tokopedia, Nuraini Razak mengatakan, ada 9 juta pelakon usaha mikro, kecil serta menengah(UMKM) yang tergabung dalam sesuatu platform tersebut. Dimana, nyaris 100 persen penjualnya merupakan level UMKM.

Tipe produk yang dijual pada marketplace Tokopedia sangat bermacam-macam, contoh produk yang dijual pada Tokopedia antara lain sebagai berikut:



Gambar 1.1 Contoh Produk Yang Dijual di Tokopedia

Tokopedia sediakan banyak keragaman produk meliputi produk untuk rumah tangga, benda elektronik, baju ataupun mode, produk kecantikan, dll. Tokopedia pula sediakan layanan untuk para toppers(pengguna Tokopedia) buat berbagi pengalaman dan komplain pada toko, serta toko produk tersebut akan diproses oleh Customer marketplace Tokopedia cocok dengan syarat.

Untuk bisa menguasai sesuatu transaksi penjualan ataupun pembelian pada marketplace Tokopedia, tersedia fitur spesial selaku berikut:

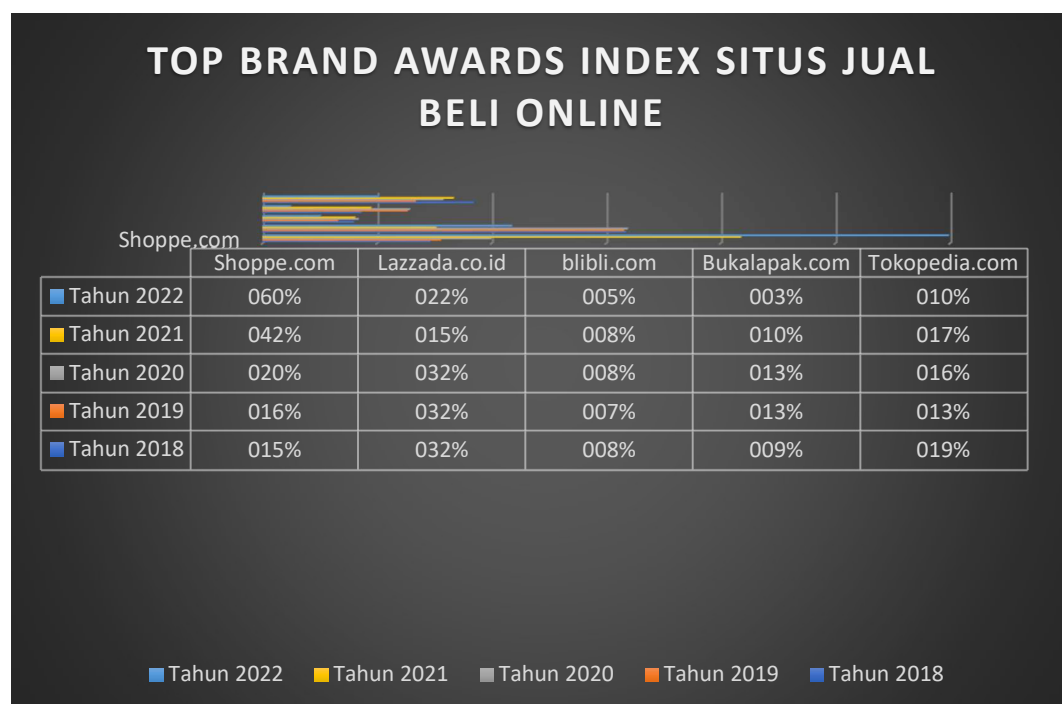
Beli	Jual	Bantuan
Belanja di Tokopedia	Jualan di Tokopedia	Syarat & Ketentuan
Cara Berbelanja	Cara Berjualan	Kebijakan Privasi
Pembayaran	Gold Merchant	Pusat Resolusi
Pengembalian Dana	Beriklan	Hubungi Kami
Hot List	Penarikan Dana	
Isi Ulang Pulsa	Seller Center	

Gambar 1.2 Fitur Jual-Beli Pada Tokopedia

Produk yang tidak boleh diperjualbelikan di Tokopedia adalah: (1) Semua obat dan zat lain yang dilarang/dibatasi peredarannya menurut hukum Indonesia, yaitu obat keras, obat yang memerlukan resep dari dokter. , obat bius (anestesi) dan obat tanpa izin edar BPOM, (2) Kosmetik dan makanan/minuman yang membahayakan keselamatan pengguna, untuk beberapa produk wajib SNI, (3) Produk dewasa yang mendukung pornografi dan narkoba dewasa, tidak termasuk alat kesehatan (kontrasepsi) yang diizinkan oleh hukum Indonesia, (4) Produk/barang yang melecehkan pihak/ras tertentu dan mungkin merendahkan martabat orang lain, membuka kunci alat dan segala perlengkapan yang membantu tindakan pencurian/pencurian, (5) Hewan, spesies, perangko, peralatan permainan, jimat, dan barang-barang yang diklaim oleh memiliki kekuatan gaib dan kekuatan gaib.

Untuk menarik konsumen, Tokopedia Marketplace menawarkan beberapa fitur yang berguna seperti status keanggotaan seperti Powerful Merchant for Sellers dimana penjual dapat menggunakan berbagai fitur eksklusif untuk membantu meningkatkan penjualan, penjualan dan kepercayaan pelanggan. Sementara itu, untuk membangkitkan minat konsumen, Tokopedia menyelenggarakan program inovatif Waktu Belanja Indonesia (WIB), yang menawarkan promosi khusus kepada pengguna di setiap akhir bulan di hari yang sama.

Dalam data survei IndexTop Brand Awards situs jual beli-online, tokopedia mengalami kenaikan serta penurunan peringkat. Mulai dari tahun 2018-2022 dapat dilihat pada gambar grafik berikut :



Gambar 1.3 Grafik Top Brand Awards Marketplace Index Situs Jual Beli Online

https://www.topbrand-award.com/top-brand%20index/?tbi_find=Shopee

Dari grafik di atas, terlihat bahwa pasar Tokopedia menempati urutan ketiga, di belakang pasar Shopee dan Lazada. Berkurangnya pengunjung berarti Tokopedia harus memikirkan cara untuk meningkatkan jumlah pengunjung agar tidak terus berkurang orang, cara untuk meningkatkan jumlah pengunjung menjadi dengan menggunakan promosi atau diskon yang baik diharapkan dapat meningkatkan pendapatan. Pengaruh teknologi terhadap bisnis jual beli di era modern ini memaksa perusahaan untuk saling bersaing memperebutkan kepentingan konsumen. Sebuah perusahaan membutuhkan strategi pemasaran produknya untuk menarik perhatian konsumen.

Pengaruh teknologi dalam bisnis perdagangan saat ini pasti menyebabkan perusahaan saling bersaing untuk kepentingan konsumen. Sebuah perusahaan membutuhkan strategi pemasaran untuk menarik perhatian konsumen terhadap produknya. Salah satu strategi yang biasa digunakan oleh suatu perusahaan adalah strategi untuk menentukan harga produknya. Harga produk komoditas umumnya selalu menjadi perhatian konsumen untuk membeli komoditas. Oleh karena itu, banyak perusahaan menawarkan diskon untuk membuat produk mereka menarik.

Di bawah pengaruh strategi diskon, juga digunakan oleh aplikasi Tokopedia. Setiap pengguna baru aplikasi Tokopedia akan mendapatkan diskon 50% dari harga produk. Dan untuk diskon di waktu-waktu tertentu, seperti akhir bulan di hari gajian ke Tokopedia menawarkan diskon menarik untuk mendorong konsumen membeli dan merasa puas dengan layanan yang ditawarkan oleh aplikasi Tokopedia yang disediakan.

Menurut Kotler dan Keller (2016), memberikan penjelasan tentang jenis-jenis potongan harga tahun, antara lain: (1) diskon tunai, yaitu diskon yang diberikan kepada konsumen yang membayar tunai, (2) diskon volume diskon, adalah diskon untuk pembeli massal, (3) diskon fungsional, adalah penawaran produsen kepada anggota saluran perdagangan dalam hal pencatatan dan pengarsipan, (4) diskon musiman, adalah diskon kepada konsumen yang membeli produk dari Season.

Pengaruh keragaman produk yang tersedia di aplikasi Tokopedia dapat memicu minat beli konsumen untuk membeli barang yang mereka butuhkan. Kotler dan Keller (2007) berpendapat bahwa keragaman produk adalah kumpulan produk dari setiap produk yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli. Keanekaragaman produk adalah kelengkapan barang yang dijual dan ketersediaan barang yang dijual. Kelengkapan produk merupakan faktor penting dalam preferensi pembelian konsumen, meskipun memiliki banyak aplikasi lain yang juga memberikan keragaman produk, jika memiliki kualitas yang lebih baik dan layanan yang memuaskan, konsumen lebih cenderung memilihnya.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka dilakukan penelitian dengan judul: Pengaruh Price Discount, Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Pengguna Aplikasi Tokopedia (Studi Pada Pengguna Baru Aplikasi Tokopedia).

Berdasarkan pernyataan di atas, peneliti ingin melihat dampak yang ditimbulkan, baik secara parsial maupun simultan, antara *price discount* dan

keragaman produk terhadap keputusan pembelian pelanggan pengguna aplikasi Tokopedia. keragaman produk terhadap keputusan pembelian pelanggan pengguna aplikasi Tokopedia.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan konteks di atas, maka rumusan masalah yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel price discount berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian pengguna aplikasi Tokopedia. ?
2. Apakah variabel keragaman produk berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Tokopedia?
3. Apakah variabel price discount dan variabel keragaman produk secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Tokopedia?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

1. Mengeksplorasi dan menjelaskan secara parsial pengaruh variabel price discount terhadap variabel keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Tokopedia
2. Menggali dan menjelaskan secara parsial pengaruh variabel keragaman Produk terhadap variabel keputusan pembelian pengguna aplikasi Tokopedia.

3. Serta juga dan jelaskan pengaruh Variabel price discount dan Variabel keragaman Produk terhadap Variabel Keputusan Pembelian pengguna aplikasi Tokopedia.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Manfaat Teoritis

Kajian ini dapat menambah segudang pengetahuan secara umum, tentang ilmu pemasaran dan khususnya tentang variabel Diskon dan Keragaman Produk terhadap keputusan pembelian pengguna aplikasi Tokopedia.

1.4.2 Manfaat Praktis

Kajian ini dapat memberikan wawasan yang dapat digunakan untuk mempertimbangkan bagi pelaku bisnis akan pentingnya pemberian diskon dan keragaman produk agar niat perilaku terikat pada konsumen.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh dari 100 responden dari 100 sampel pengguna baru aplikasi Tokopedia yang dijelaskan pada bagian analisis data pada bab sebelumnya, maka diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Price Discount (X1) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa price discount berpengaruh besar dalam menarik minat pengguna aplikasi dan konsumen, sehingga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Tokopedia.
2. Variabel Keragaman Produk (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa keragaman produk yang lebih banyak dan kualitas produk yang terjamin dapat mendorong pengguna aplikasi dan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian dan meningkatkan daya tarik in-app shopping, sehingga Tokopedia memiliki dampak yang berarti terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Tokopedia.
3. Hasil uji F menunjukkan bahwa Price Discount (X1) dan Keragaman Produk (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa keinginan pengguna aplikasi Tokopedia dan konsumen menggunakan pengalaman yang dirasakan

mereka pada aplikasi Tokopedia yang mempengaruhi minat untuk keputusan pembelian pada aplikasi Tokopedia.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan di atas, beberapa saran dibuat sebagai berikut:

1. Untuk perusahaan
 - a. Peneliti menyarankan agar perusahaan dapat melakukan serangkaian usaha tahu strategi supaya pengguna aplikasi dan konsumen merasakan bahwa aplikasi Tokopedia dipandang sebagai *marketplace* yang terbaik di dunia dan memberikan kemudahan kita dalam berbelanja kebutuhan yang kita butuhkan.
 - b. Diharapkan perusahaan dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan terjamin serta rasa nyaman bagi pengguna aplikasi dan konsumen untuk melakukan transaksi yang tersedia didalam aplikasi Tokopedia.
2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Disarankan kepada peneliti lain agar penelitian ini dapat diperluas dengan menambahkan variabel selain yang digunakan dalam penelitian ini atau dengan menambahkan variabel tambahan pada faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfianto, E.A. Fazizah, A. Mufida, N. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Reputasi Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *SKETSA BISNIS (e-jurnal)* 5 (1), 1-14
- Alfianto, E. A, Fazizah, A. (2019). Perbandingan Peran Pekerja Pria Dan Pekerja Wanita Terhadap Jumlah Hasil Kerja Memetik Daun Teh. *Jurnal Administrasi Bisnis (JABis)* p-ISSN 1836, 2277
- Fazizah, A. (2016). Penerapan Model Tam Terhadap Penggunaan Aplikasi Sistem Informasi Akademik (Siakad). *Jurnal Heritage* 4 (1), 39-50.
- Fazizah, A. Sukoharsono, E. G. (2016). Analisis Penggunaan Aplikasi Sistem Informasi Logistik (SIL) Untuk Perencanaan, Pelaporan Dan Pengendalian Logistik Berbasis Web Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Dan Kepuasan PENGGUNA (Studi pada : Pengguna Aplikasi SIL Perum Bulog Divisi Regional Jawa Timur). *Profit: Jurnal Adminsitrasi* Vol. 10. No 2.
- Fazizah, A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Adopsi Pengguna dan Efektivitas Terpaan Iklan Dalam Aplikasi Sebuah Smartphone *Jurnal Heritage* 5 (1), 25-42
- Fazizah, A. Alfianto, E.A. (2019). Analisis pengaruh vlog sebagai electronic word of mouth, source characteristics terhadap trust dan purchase intention. *Jurnal Administrasi Bisnis (JABis)* p-ISSN 1836, 2277
- Fazizah, A. Utami, M. T. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Positif Word Of Mouth (Studi Pada Konsumen Pt. Asiasurya Jayaraya Iv Purwosari Pasuruan). *Journal Knowledge Industrial Engineering.* 7 (2), 61-69
- Fazizah, A. Gunatrayana, I. (2020). Technology Factor dan Motivation to Share dalam *membentuuk* Akulturasi Knowledge Sharing dan Firm Innovation Capability Studi pada UMKM Sektor Meubel Kabupaten Pasuruan Jawa Timur *JIABI – Vol. 4 No. 1.*
- Fikri, M. R., & Aminullah, A. (2024). Efektivitas Implementasi Program Yess dalam Erspektif Principal Agent di Kabupaten Pasuruan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(1), 8-19.
- Fitriya, I. R., & Wusko, A. U. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Basmalah di Gondang Wetan). *ATRBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 223-230.
- Hawa, N. I., Soesilo, T. E., & Nuraeni, N. (2023). Knowledge Is (Still) Key: Awareness to Shape Trends in Telemedicine Use during the Pandemic Based on Management Perceptions and Implementation Systems. *International Journal of Telemedicine and Applications*, 2023(1), 4669985.

- Hasanah, U. (2023). Pengaruh Brand Equity Dan User Generated Content Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Repurchase Intention Pada Konsumen UMKM Produk Unggulan Kabupaten Pasuruan (Doctoral dissertation, Universitas Yudharta).
- Murtadlo, K. (2023). Perilaku petani padi terhadap risiko usahatani pada suku yang berbeda di Jawa Timur. *AGROMIX*, 14(2), 159-166.
- Khumaidi, K., & Sunarno, H. (2021). Measurement of The Quality Employment Services. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(1), 217-226.
- Lestari, N. W., & Huda, M. (2024). Pengaruh Omnichannel Marketing dan Product Assortment terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen UMKM FNB di Pandaan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 1580-1593.
- Silfiah, R. I., & Nisak, R. N. (2024). Evaluation of Employee Performance in the Secretariat Field of the Department of Community and Village Empowerment of Pasuruan Regency. *Jurnal DIALEKTIKA: Jurnal Ilmu Sosial*, 22(2), 446-453.
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Penerbit CV Alfabet.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Amin Kadafi, M. (2017). Pengaruh price discount dan in-store display terhadap impulse buying. *Forum Ekonomi*, 19(2), 2017.
- Vladimir, V. F. (1967). Pengaruh Price Discount Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Shopee Dengan Hedonic Shopping Motivation Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang). *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Prabarini, A., Heryanto, B., & Astutik, P. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toserba Borobudur Kediri (Studi Kasus Produk Kecantikan Wardah). *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 259. <https://doi.org/10.30737/jimek.v1i2.308>
- Prianto, A. (2023). PENGEMBANGAN BUM Desa SEBAGAI INDUSTRI PROMOSI EKSPORT DENGAN PENDEKATAN NEW INSTITUSIONAL DI DESA WINONG PASURUAN PROVINSI JAWA TIMUR. *Journal Publicuho*, 6(3), 940-958.
- Rakhmawati, A., & Nizar, M. (2023). Analysis of Small Business Performance in Terms of Islamic Financial Literacy and Inclusion. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 14(2), 269-285.
- Rangkuti, F. (2001). *Creating Effective Marketing Plan*. PT. Gramedia Pustaka Umum.

- Rakhmawati, A., & Nizar, M. (2022, December). Strategi Menuju Universitas Berorientasi Kreatif. In *The 4th International Conference on University Community Engagement (ICON-UCE 2022)* (Vol. 4, pp. 724-729).
- Rifianita, R. D., & Basoeki, R. S. (2019). PENGARUH STORE LAYOUT DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA SEAMART SWALAYAN MALANG) tidak boleh sembarangan karena store layout yang baik akan membantu retailer agar bisa menampilkan produknya dengan baik dan konsumen keti. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5, 113–116.
- Rizal, S., & Silfiah, R. I. (2023). TATA KELOLA BADAN USAHA MILIK DESA DALAM PERSPEKTIF KELEMBAGAAN (STUDI DI DESA BAKALAN KECAMATAN PURWOSARI). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(4), 1-6.
- Rofi'a Fitrotin, R., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Keputusan Pembelian Produk Near Expired Kecap Bango Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli (Studi Kasus Di Transmart Rungkut Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1492–1500. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/41844%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id>
- Rotinsulu, Y. O. A. S. J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk Dan Citra Terhadap Keputusan Pembelian Di Matahari Mega Mall Manado.
- Wusko, A. U. (2024). A OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KINERJA PEMASARAN KRIPIK BUAH LEVINA DI DESA SUMBER PASIR KEC. PAKIS KAB. MALANG. *PROFICIO*, 5(1), 887-896. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3953–3962.
- Simamora, S., & Realize. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Online. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 111–122. <https://kohesi.sciencemakarioz.org/index.php/JIK/article/view/162>
- Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., & Darmawan, A. (2020). Pengaruh Keragaman Produk , Persepsi Harga , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal STEI Ekonomi*, 29(02), 17–30.
- Sulhan, S. S. (2024). Pengaruh Brand Personality dan Produk Quality Terhadap Brand Love dan Brand Brand Loyalty pada Depo Bangunan Sidoarjo. *Journal of Economic, Management and Entrepreneurship*, 2(1), 21-31.
- Sulhan, M., Indriyani, F., & Nuraeni, N. (2023). Pengaruh Transformational Leadership, Empowering Leadership Dan Digital Leadership Terhadap Kinerja Karyawan. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(02), 231-241.
- Suwardi, S., & Silfiah, R. I. (2022). Legal Protection For Buyers Condotel Affected Pandemics Covid-19. *Pattimura Law Journal*, 6(2), 69-94.
- Thanthirige, P., Shanaka, R., Of, A., Contributing, F., Time, T. O., Of, O., Shehzad, A., & Keluarga, D. D. (2016). *PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN BONUS PACK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK MOBIL SUZUKI (Studi Kasus: Masyarakat Kota Padang)*. August.
- Trisno, S. D. L., Sepang, J. L., & Supandi, A. (2020). Pengaruh Kelompok Acuan, Persepsi Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Cv . Anugerah Mulia Tomohon the Influence of Reference Groups , Price Perceptions and Product Diversity on Purchasing

Decisions of Honda Moto. *Jurnal EMBA*, 8(4), 1091–1100.

Warahma, R., & Mudiantono. (2017). Pengaruh Price Discount , Store Atmosphere , Terhadap Keputusan Pembelian Serta Shopping Emotion Sebagai. *Journal of Management*, 6, 1–12.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/18044>

Sholihin, R. (2019). *Digital Marketing di Era 4.0*. Yogyakarta: Quadrant.

Sugiyono, P. D. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Kotler, Philip. 1998. *Manajemen Pemasaran; Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: Prehallindo.

Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.