

**PENGARUH DISKON, GRATIS ONGKIR DAN IKLAN DIGITAL
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DALAM BELANJA *ONLINE* DI
JAKARTA TIMUR**

RANIA AYU HANIFAH

1701621051



Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

**THE INFLUENCE OF DISCOUNTS, FREE SHIPPING, AND DIGITAL
ADVERTISING ON CONSUMER BEHAVIOR IN ONLINE SHOPPING IN
EAST JAKARTA**

RANIA AYU HANIFAH

1701621051



**This thesis is prepared to fulfill one of the requirements for obtaining a
bachelor's degree in economic education at the faculty of economics and
business, state university of jakarta.**

STUDY PROGRAM OF ECONOMIC EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA.

2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh diskon, gratis ongkos kirim, dan promosi iklan digital terhadap kecenderungan belanja impulsif secara online di kalangan warga RW 06, Kelurahan Makasar, Jakarta Timur. Populasi penelitian berjumlah 3.558 orang, dengan sampel terpilih sebanyak 360 responden yang dipilih secara acak. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis yang digunakan meliputi analisis deskriptif-asosiatif, uji asumsi klasik, dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersamaan memengaruhi perilaku konsumtif belanja daring. Selain itu, masing-masing faktor juga memberikan dampak yang signifikan secara individual.

Kata kunci : Diskon, Gratis Ongkir, Iklan Digital, Perilaku Konsumtif



Abstract

This study aims to evaluate the influence of discounts, free shipping, and digital advertising promotions on the tendency of impulsive online shopping among residents of RW 06, Makasar Sub-district, East Jakarta. The research population consisted of 3,558 individuals, with a selected sample of 360 respondents chosen randomly. Primary data were collected through questionnaires. The analytical methods used included descriptive-associative analysis, classical assumption tests, and multiple linear regression. The results indicate that the three variables collectively influence consumer behavior in online shopping. Furthermore, each factor also has a significant individual impact.

Keywords: Discount, Free Shipping, Digital Advertising, Consumer Behavior



Lembar Pengesahan Skripsi

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM NIP 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Agus Wibowo, S.Pd.I, S.Pd, M.Pd NIP 198202172015041001 (Ketua)		Selasa, 12 Agustus 2025
2	Aditya Pratama, S.Pd., M.Pd NIP 198903242019031009 (Penguji 1)		Selasa, 12 Agustus 2025
3	Riswandi, M.Pd.E NIP 199107112023211025 (Penguji 2)		Rabu, 13 Agustus 2025
4	Dr. Suparno, M.Pd NIP 19790828014041001 (Pembimbing 1)		Selasa, 12 Agustus 2025
5	Siti Fatimah Zahra, S.E.I., M.E NIP 199108182019032019 (Pembimbing 2)		Rabu, 13 Agustus 2025
Nama : Rania Ayu Hanifah No. Registrasi : 1701621051 Program Studi : S1 Pendidikan Ekonomi Tanggal Lulus : Selasa, 29 Juli 2025			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

Lembar Persetujuan Publikasi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rania Ayu Hanifah
NIM : 1701621051
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/ Prodi Pendidikan Ekonomi
Alamat email : raniaayuhanifah@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (... ..)

yang berjudul :

Pengaruh Diskon, Gratis Ongkir, dan Iklan Digital terhadap Perilaku Konsumtif dalam Belanja Online di Jakarta Timur

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 13 Agustus 2025

Penulis

(Rania Ayu Hanifah)

Lembar Pernyataan Orisinalitas

Lembar Pernyataan Orisinalitas

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 13 Agustus 2025


25C47ANX008911763
Rania Ayu Hanifah

Kata Pengantar

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat, taufik, dan hidayah-Nya. Berkat izin dan pertolongan-Nya, penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Diskon, Gratis Ongkir, dan Iklan Digital terhadap Perilaku Konsumtif di Jakarta Timur”* dengan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai bagian dari pemenuhan syarat untuk meraih gelar Sarjana pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta
2. Bapak Dr. Suparno, M.Pd. selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta dan selaku dosen pembimbing pertama, atas segala bimbingan, arahan, dan masukan berharga yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Siti Fatimah Zahra, S.E.I., M.E. selaku dosen pembimbing kedua, atas segala bimbingan, arahan, dan masukan berharga yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Ayah, kakak, dan kucing tercinta, atas doa, semangat, serta kasih sayang yang tidak pernah putus dan selalu menjadi sumber kekuatan serta motivasi terbesar bagi penulis.
5. Seluruh dosen dan staf administrasi di lingkungan fakultas yang telah memberikan ilmu, bantuan, dan dukungan selama penulis menempuh studi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi siapa pun yang membacanya, terutama dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang yang relevan.

Jakarta, 26, Juli 2025

Penulis

Rania Ayu Hanifah



Daftar Isi

Abstrak	iii
Abstract	iv
Lembar Pengesahan Skripsi.....	v
Lembar Persetujuan Publikasi.....	vi
Lembar Pernyataan Orisinalitas.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Teori Pendukung.....	12
2.2 Konsep Variabel Penelitian	15
2.3 Hasil Penelitian Yang Relevan	30
2.4 Kerangka Teori dan Pengembangan.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	42
3.2 Desain Penelitian	42
3.3 Populasi dan Sampel.....	42
3.3.1 Populasi	42
3.4 Pengembangan Instrumen.....	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data	53
3.5.1 Uji Validitas.....	53
3.5.2 Uji Reabilitas	54
3.5.3 Regresi Linier Berganda	57
3.5.4 Uji T test (Uji Signifikan Parsial)	59
3.5.5 Uji T test (Uji Signifikan Parsial)	60
3.6 Uji R ² (Koefisien Determinasi)	61
BAB IV Hasil dan Pembahasan	62
4.1 Deskripsi objek penelitian.....	62

4.2	Analisis Data.....	65
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	79
4.1.1	Normalitas	79
4.4	Uji Statistik	81
4.5	Pembahasan	87
BAB V PENUTUP.....		93
5.1	Kesimpulan	93
5.2	Saran	94
5.3	Implikasi	95
5.3.1	Implikasi Teoritis.....	95
5.3.2	Implikasi Praktis.....	96
DAFTAR PUSTAKA		98
Lampiran		100
Riwayat Hidup Penulis		109



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah pengguna E-commerce di Indoneisa.....	1
Gambar 1. 2 Jumlah kunjungan Website E-commerce di Indonesia periode Kuartal II-2022	2
Gambar 1. 3 Seberapa sering belanja online sebulan terakhir	6
Gambar 1. 4 Belanja online menjadi Konsumtif	6
Gambar 1. 5 Platform belanja online yang sering digunakan	7
Gambar 1. 6 Rela berhutang untuk memenuhi keinginan belanja online.....	7
Gambar 2. 1 Skema Kerangka Berpikir.....	41



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian.....	31
Tabel 3.1 Skala Penilaian Instrumen Perilaku Konsumtif	44
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Perilaku Konsumtif.....	44
Tabel 3.3 Skala penilaian Instrumen Diskon	46
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Diskon	46
Tabel 3.5 Skala penilaian Instrumen Gratis Ongkir.....	48
Tabel 3.6 Kisi-kisi Instrumen Gratis Ongkir.....	49
Tabel 3.7 Skala penilaian Instrumen Iklan Digital	51
Tabel 3.8 Kisi-kisi Instrumen Iklan Digital.....	51
Tabel 4 1 Jenis Kelamin	62
Tabel 4 2 Usia	64
Tabel 4 3 Rukun Tertangga	64
Tabel 4 4 Tanggapan Respoden Mengenai Diskon	69
Tabel 4 5 Tanggapan Respoden Mengenai Gratis Ongkir	70
Tabel 4 6 Tanggapan Respoden Mengenai Iklan Digital	72
Tabel 4 7 Tanggapan Respoden Mengenai Perilaku Konsumtif Dalam Belanja Online ...	73
Tabel 4 8 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif dalam Belanja Online (Y)	75
Tabel 4 9 Hasil Uji Validitas Variabel Diskon (X1).....	76
Tabel 4 10 Hasil Uji Validitas Variabel Gratis Ongkir (X2).....	77
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan Digital (X3)	77
Tabel 4 12 Hasil Uji Reabilitas.....	79
Tabel 4 13 Hasil Uji Normalitas	79
Tabel 4 14 Hasil Uji Multikolinieritas	80
Tabel 4 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
Tabel 4 16 Rekapitulasi Hasil Uji Regresi Linear Berganda	82
Tabel 4 17 Hasil Uji T Pengaruh Diskon terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online ...	83
Tabel 4 18 Hasil Uji T Pengaruh Gratis Ongkir terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online	84
Tabel 4 19 Hasil Uji T Pengaruh iklan Digital terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online	84
Tabel 4 20 Rekapitulasi Hasil Uji F	86
Tabel 4 21 Uji R ²	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	100
Lampiran 2 Surat Persetujuan Dosen Pembimbing	104
Lampiran 3 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi.....	106
Lampiran 4 Lembar Saran dan Perbaikan Seminar Proposal.....	107
Lampiran 5 Lembar Saran dan Perbaikan Skripsi	107
Lampiran 6 Hasil Turnitin.....	108

