

**PENGARUH *DIRECT MARKETING*, KUALITAS PRODUK,
DAN *FLASH SALE* TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA *LIVE STREAMING MARKETPLACE SHOPEE*
(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**



SKRIPSI

DWI RAHAYU MUKTIASIH

2002010303

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2024**

**PENGARUH *DIRECT MARKETING*, KUALITAS PRODUK,
DAN *FLASH SALE* TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA *LIVE STREAMING MARKETPLACE SHOPEE*
(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

DWI RAHAYU MUKTIASIH

2002010303

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO**

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Rahayu Muktiasih

NIM : 2002010303

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan sumber pihak yang dikutip maupun rujukan telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 2 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



Dwi Rahayu Muktiasih

HALAMAN PERSETUJUAN
**PENGARUH *DIRECT MARKETING*, KUALITAS PRODUK,
DAN *FLASH SALE* TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA *LIVE STREAMING MARKETPLACE SHOPEE***
(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

Diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing



HERNI JUSTIANA ASTUTI, S.E., M.Si., Ph.D

NIK. 2160183


HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Dwi Rahayu Muktiasih
NIM : 2002010303
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh *Direct Marketing*, Kualitas Produk, dan *Flash Sale* Terhadap Minat Beli Ulang Pada *Live Streaming Marketplace* Shopee (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

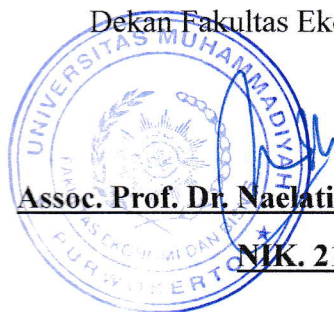
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua ★ : Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D (★ )
Anggota 1 : Dr. Erny Rachmawati, S.E., MM (★ )
Anggota 2 : Hermin Endratno, S.E., M.Si (★ )
Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 2 Mei 2024

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si

NIK. 216018

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebijakan) yang dikerjakannya dan mendapatkan (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya.”

(QS. Albaqarah : 286)



PERSEMBAHAN

“Alhamdulillah rabbil Alamin. Karya ini merupakan bentuk rasa syukur kepada Allah SWT karena telah memberikan nikmat karunia pertolongan yang tiada henti”

Karya tulis ini saya persembahkan untuk:

- Bapak Suwaryo. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik saya, memotivasi, memberikan dukungan hingga saya mampu menyelesaikan masa studinya sampai sarjana.
- Ibunda Yuni Eko Purwati. Beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi saya, beliau juga memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai perkuliahan, namun semangat, memotivasi serta sujudnya selalu menjadi doa untuk kesuksesan anak-anaknya.
- Kepada cinta kasih kedua kakak saya Suwoko Hari Mukti Aji dan Sovi Vira Astuti, terima kasih telah memberikan semangat, dukungan, dan motivasi serta terima kasih telah senantiasa meluangkan waktunya untuk menjadi tempat dan pendengar terbaik saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
- Seluruh sahabat dan saudara yang tidak pernah berhenti meyakinkan dan mendukung saya sampai saat ini dan seterusnya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH *DIRECT MARKETING*, KUALITAS PRODUK, DAN *FLASH SALE* TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA *LIVE STREAMING MARKETPLACE SHOPEE* (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO)”** sebagai salah syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, banyaknya hambatan, tantangan, kesulitan yang penulis hadapi. Akan tetapi berkat dorongan dan bantuan dari berbagai pihak penyusun skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis secara tulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Teruntuk orang tua tercinta, Bapak Suwaryo dan Ibu Yuni Eko Purwati yang telah merawat, membimbing, mencurahkan segala kasih sayang dan cintanya. Terima kasih untuk semua doa dan dukungannya, semoga bapak dan ibu sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi kalian harus selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidup saya.
2. Bapak Dr. Ns Jebul Suroso, S.Kp., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Ibu Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat waktu sesuai dengan napa yang diharapkan.
5. Bapak Drs. Suyoto, M.Si., Ph.D., CHRA, selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Bapak Luthfi Zamakhsyari, S.E., M. Si., selaku dosen akademik saya.
7. Ibu Erny Rachmawati, selaku dosen penguji saya yang memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
8. Bapak Hermin Endratno, selaku dosen penguji saya yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
9. Bapak/Ibu dosen, seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada dibangku perkuliahan.

10. Teruntuk Keluarga Besar Bapak dan Ibu yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, terima kasih selalu memberikan dukungan doa, dan selalu menyemangati penulis dalam penyusunan skripsi ini.
11. Teruntuk sahabat terbaik saya Tria Monika terima kasih untuk segala kebaikan dan keikhlasanmu dalam membantu saya, yang sudah setia berteman dengan saya dari awal menjadi maba hingga sekarang lulus bersama dan tidak pernah meninggalkan disaat senang maupun susah.
12. Teruntuk Anisya Zulfanti Anwar terima kasih telah menemani saya dalam mengerjakan skripsi, telah memberikan semangat, dukungan, serta bantuan dalam penulisan skripsi ini.
13. Teruntuk sahabat-sahabat saya tercinta Fillialda Azahra, Prit Fiastiningrum, Ira Dwi, Sheilla, Dian Papulasih, Galuh Laras, Cantik Tiara, Rahmat Maulana, Rizal Fikri, M. Iqbal, dan Hidayat Sukma yang merupakan *support system* terbaik. Terima kasih selalu memberikan garda terdepan di masa-masa sulit saya, memberikan dukungan positif, selalu mendengarkan keluh kesah saya, yang tidak henti-hentinya memberikan semangat, terima kasih sudah mau direpotkan, kehadiran kalian sangatlah berarti dalam penyelesaian skripsi ini.
14. Teruntuk seluruh teman dekat saya, yang selalu menemani, memotivasi, memberikan dukungan dan semangat serta bantuan dengan Ikhlas direpotkan dalam segala hal. Kehadiran kalian sangatlah berarti dalam penyelesaian skripsi ini.
15. Terakhir teruntuk diri saya sendiri. Terima kasih kepada diri saya sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi, hal ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Akhir kata, penulis dapat menyadari tanpa Ridho dan pertolongan dari Allah SWT, serta bantuan, dukungan, motivasi dari segala pihak. Skripsi ini tidak dapat diselesaikan. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan untuk penulis ini, penulis ucapkan banyak terima kasih dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan kalian. *Aamiin Yarabba' alamin.*

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Purwokerto, 2 Mei 2024



Dwi Rahayu Muktiasih

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dwi Rahayu Muktiasih
NIM : 2002010303
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH *DIRECT MARKETING*, KUALITAS PRODUK, DAN *FLASH SALE* TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA *LIVE STREAMING MARKETPLACE SHOPEE* (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada tanggal : 2 Mei 2024

Yang menyatakan,



Dwi Rahayu Muktiasih

PENGARUH *DIRECT MARKETING*, KUALITAS PRODUK, DAN *FLASH SALE* TERHADAP MINAT BELI ULANG

(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

Dwi Rahayu Muktiasih¹ dan Herni Justiana Astuti²

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto

E-mail : dwia8702@gmail.com¹ dan herni99@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh variabel *independent direct marketing*, kualitas produk dan *flash sale* terhadap variabel dependen minat beli ulang pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Shopee di Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang sudah pernah berbelanja pada *live streaming marketplace* Shopee, dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, uji instrumen (uji validitas, uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), uji kelayakan model (uji koefisien determinan R^2 , uji F, analisis regresi berganda, uji hipotesis (uji t). Hasil analisis ini menunjukkan bahwa *direct marketing*, kualitas produk, *flash sale* berpengaruh simultan terhadap minat beli ulang pada *live streaming marketplace* Shopee, variabel *direct marketing* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada *live streaming marketplace* Shopee, namun *flash sale* tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang pada *live streaming marketplace* Shopee.

Kata Kunci : *Direct Marketing*, Kualitas Produk, *Flash Sale* dan Minat Beli Ulang

The Influence of Direct Marketing, Product Quality and Flash Sales on Repurchase Interest

(Study on Muhammadiyah University Purwokerto Sudents)

Dwi Rahayu Muktiasih¹ and Herni Justiana Astuti²

Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University Purwokerto

E-mail : dwia8702@gmail.com¹ and herni99@gmail.com²

ABSTRACT

This research is a type of quantitative research. The aim is to determine the influence of the independent variables direct marketing, product quality and flash sales on the dependent variable repurchase interest among Muhammadiyah University Purwokerto students. The population in this study were Shopee application users at Muhammadiyah University Purwokerto who had shopped on the Shopee live streaming marketplace, with a sample size of 100 respondents. Data collection techniques used in this research are descriptive statistics, instrument tests (validity test, reliability test), classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), model feasibility tests (R^2 determinant coefficient test, F test, regression analysis multiple, hypothesis testing (t test)). The results of this analysis show that direct marketing, product quality, flash sales have a simultaneous effect on repurchase interest on the Shopee live streaming marketplace, direct marketing variables and product quality have a positive and significant effect on repurchase interest on live streaming marketplace Shopee however flash sales have no effect on repurchase interest on live streaming marketplace Shopee.

Keywords: Direct Marketing, Product Quality, Flash Sale and Repurchase Intention

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Batasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
1. <i>Theory of Planned Behavior</i>	11
2. Perilaku Konsumen.....	12
3. Minat Beli Ulang	13
4. Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	15
5. Kualitas Produk	19
6. <i>Flash Sale</i>	22
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	24
C. Kerangka Pemikiran	31
D. Hipotesis	37
BAB III.....	39

METODE PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian	39
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
C. Metode Penggumpulan Data.....	44
D. Variabel Penelitian	44
E. Definisi Operasional	45
F. Metode Analisis Data.....	48
BAB IV	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
A. Hasil Penelitian.....	59
1. Gambaran Umum <i>Platform</i> (Shopee).....	59
2. <i>Response Rate</i>	60
3. Gambaran Umum Responden.....	61
4. Analisis Statistik Deskriptif.....	65
5. Uji Instrumen	74
6. Uji Asumsi Klasik.....	79
7. Uji Regresi	82
8. Uji Kelayakan Model.....	84
9. Uji Hipotesis.....	87
B. Pembahasan	90
BAB V.....	95
KESIMPULAN.....	95
A. Kesimpulan	95
B. Keterbatasan	95
C. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 <i>E-Commerce</i> dengan pengunjung terbanyak di Indonesia	2
Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3 1 Rencana Penyebaran Kuisisioner	42
Tabel 3 2 Skala Likert	44
Tabel 3 3 Definisi Operasional	45
Tabel 4 1 <i>Response Rate</i>	61
Tabel 4 2 Deskripsi Berdasarkan Usia	62
Tabel 4 3 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4 4 Deskripsi Berdasarkan Fakultas	63
Tabel 4 5 Deskripsi Berdasarkan Uang Perbulan	65
Tabel 4 6 Analisis Deskriptif <i>Direct Marketing</i>	66
Tabel 4 7 Analisis Deskriptif Kualitas Produk	67
Tabel 4 8 Analisis Deskriptif <i>Flash Sale</i>	70
Tabel 4 9 Analisis Deskriptif Minat Beli Ulang	73
Tabel 4 10 Uji Validitas <i>Direct Marketing</i>	75
Tabel 4 11 Uji Validitas Kualitas Produk	76
Tabel 4 12 Uji Validitas <i>Flash Sale</i>	77
Tabel 4 13 Uji Validitas Minat Beli Ulang	77
Tabel 4 14 Hasil Uji Reliabilitas	79
Tabel 4 15 Hasil Uji Normalitas	79
Tabel 4 16 Hasil Uji Multikolinearitas	80
Tabel 4 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
Tabel 4 18 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji t	82
Tabel 4 19 Hasil Uji Determinan (R^2)	84
Tabel 4 20 Hasil Uji Simultan (F)	85
Tabel 4 211 Rekapitulasi Hasil Penelitian	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Keunggulan Shopee <i>Live</i>	3
Gambar 2 1 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 3 1 Kurva Uji F.....	55
Gambar 3 2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua.....	56
Gambar 3 3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	57
Gambar 3 4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat.....	58
Gambar 4 1 Logo Shopee.....	60
Gambar 4 2 Hasil Uji F.....	86
Gambar 4 3 Hasil Hipotesis Kedua.....	87
Gambar 4 4 Hasil Hipotesis Ketiga.....	88
Gambar 4 5 Hasil Hipotesis Keempat.....	89

