

**PENGARUH PROMO GRATIS ONGKIR, *FLASH SALE*, DAN *CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW DI
MARKETPLACE SHOPEE
(STUDI KASUS MAHASISWA JEMBER)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**



Oleh :

DIVA PUTRI MAHARANI

2210411045

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2026

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Diva Putri Maharani
Nim : 2210411045
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul “Pengaruh Promo Gratis Ongkir, *Flash Sale*, dan *Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pembelian Produk Glad2Glow di *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Jember)” adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum diajukan kepada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun, serta saya rela memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 07 Juni 2026
Yang Menyatakan,



Diva Putri Maharani

SKRIPSI

**PENGARUH PROMO GRATIS ONGKIR, *FLASH SALE*, DAN *CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW DI
MARKETPLACE SHOPEE
(STUDI KASUS MAHASISWA JEMBER)**

Oleh: DIVA PUTRI MAHARANI
NIM. 22.1041.1045

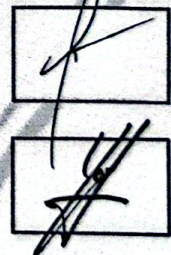
Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama

: Dr. Abadi Sanosra, SE., MM.

Dosen Pembimbing Pendamping

: Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM.



PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “PENGARUH PROMO GRATIS ONGKIR, *FLASH SALE*, DAN *CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW DI *MARKETPLACE SHOPEE* (STUDI KASUS MAHASISWA JEMBER)” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 15 Juli 2026
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Dr. Haris Hermawan, SE., MM.
NPK. 1968101011503640

Anggota 1

Ir. Abadi Sanosra, SE., MM.
NPK. 1978071810509478

Anggota 2

Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM.
NPK. 1984060411703794

Mengesahkan

Dekan

Maheni Ika Sari, SE., MM.
NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi

Septy Holisa Umamy, SM., MM.
NPK. 19950922122091029

MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui”.

(QS. Al-Baqarah: 216)

“maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”.

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

“Keberhasilan bukanlah milik orang yang pintar. Keberhasilan adalah milik mereka yang senantiasa berusaha”.

(B.J. Habibie)

“Bila esok nanti kau sudah lebih baik, jangan lupakan masa-masa sulitmu. Ceritakan kembali pada dunia caramu mengubah keluh jadi senyuman”.

(Andmesh)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat nikmat serta karunianya. Dalam kesempatan ini dan ketulusan hati saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu saya dalam proses skripsi diantaranya :

1. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, untuk mama dan ayah. Mama, terima kasih atas kerja kerasmu yang tiada henti dari pagi hingga malam agar aku bisa menempuh pendidikan ini. Setiap pengorbanan, nasihat, dan dukunganmu memberi kekuatan yang tak tergantikan. Ayah, terimakasih atas usaha dan pelajaran hidup yang selalu engkau berikan, sehingga aku tumbuh menjadi pribadi yang kuat, dan tidak mudah menyerah saat menemui kesulitan. Terima kasih atas bimbingan, doa, dan kasih sayang kalian. Semoga Mama dan Ayah selalu diberi kesehatan, umur yang berkah, dan senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT.
2. Untuk seluruh keluarga saya, ibu, pak de, kakak, adek, dan nenek, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas dukungan yang tiada henti. Terima kasih atas doa, perhatian, dan kehadiran kalian dalam setiap langkah selama proses studi ini. Kehangatan dan dukungan moral kalian memberi semangat yang besar hingga tugas ini terselesaikan.
3. Untuk Alm. Kakek dan Nenek yang sangat saya sayang, terima kasih banyak. Meskipun keduanya tidak lagi ada di saat saya meraih hasil yang dicapai ini, saya tetap ingin mengucapkan terima kasih karena sejak kecil mereka telah merawat, mengasuh, dan memberi kasih sayang yang tulus. Semoga Allah SWT menerima amal baik keduanya, memberi mereka tempat terbaik di sisi-Nya.
4. Terimakasih kepada Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu memberikan hal terbaik bagi mahasiswanya, khususnya kepada bapak Dr. Haris Hermawan, S.E., M.M, bapak Dr. Abadi Sanosra, S.E., M.M, dan bapak Yohanes Gunawan Wibowo, S.E., M.M, selaku dosen penguji dan dosen pembimbing yang telah menyempatkan waktu untuk membimbing, memberi arahan, serta memberikan ilmu yang bermanfaat, sehingga saya dapat menyelesaikan studi ini
5. Untuk teman seperjuangan saya, Nanda Exsi Alfionita dan Novita Arnelita, terima kasih atas segala dukungan dan kebersamaan. Terima kasih telah menjadi teman yang baik, yang berjuang bersama sejak semester 1 hingga saat ini. Terima kasih juga telah menjadi teman perantauan yang selalu ada, membantu, dan menghibur, setiap cerita, tawa, dan perjuangan bersama menjadi memori yang akan selalu saya ingat. Semoga pertemanan kita tidak berhenti di sini, tetapi terus berlanjut seterusnya.
6. Untuk teman-teman angkatan 2022, dari program studi Manajemen maupun program studi lain, terima kasih atas setiap momen baru dan kenangan indah yang kita alami bersama. Kebersamaan kalian membuat perjalanan kuliah ini menjadi lebih bermakna dan tak terlupakan.

7. Terakhir, saya mengucapkan terima kasih kepada saya sendiri, Diva Putri Maharani, karena sudah bertahan sejauh ini melalui perjalanan yang penuh tantangan hingga dapat menyelesaikan studi ini. Terima kasih sudah menjadi wanita yang kuat, mandiri, dan tidak mudah menyerah meski menghadapi banyak tantangan. Terima kasih sudah memilih untuk terus maju, tidak berhenti di tengah jalan, dan tetap yakin bahwa semua usaha ini akan membuahkan hasil. Setiap langkah yang diambil, setiap doa yang dipanjatkan, dan setiap perjuangan yang diberikan tidak sia-sia. Saya berhasil melewatinya dengan baik, dan saya bangga dengan diri sendiri. Semoga pencapaian ini menjadi awal untuk terus berkembang, menjadi wujud rasa terima kasih bagi keluarga dan motivasi untuk terus memberi yang terbaik.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan kemudahan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Promo Gratis Ongkir, *Flash Sale*, dan *Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow di *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Jember)."

Rasa syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas kelancaran penyusunan skripsi ini, skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana. Keberhasilan ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah ikut serta dan berperan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada :

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Maheni Ika Sari, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Septy Holisa Umamy, SM., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Bapak Dr. Haris Hermawan, SE., MM. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik, dan saran, agar penulisan skripsi ini di masa depan dapat menjadi lebih baik. Terima kasih atas masukan yang membangun dan yang membantu penulis menyempurnakan karya ini.
5. Bapak Dr. Abadi Sanosra, SE., MM. Dosen Pembimbing satu yang penuh kesabaran, telah membimbing, memberikan arahan, selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, dan ilmu yang diberikan.
6. Bapak Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing dua yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas bimbingan, kesabaran, dan ilmu bermanfaat yang telah diberikan.
7. Seluruh dosen Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jember, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Keluarga dan sahabat saya yang turut mendukung selama ini hingga penulis dapat menyelesaikan studi ini dengan baik.
9. Teman-teman mahasiswa angkatan 2022 dari Program Studi Manajemen, terima kasih atas dukungan, dan kebersamaannya.
10. Semua pihak yang turut membantu dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas kontribusi dan dukungan yang telah diberikan.

Saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan demi perbaikan dan pengembangan lebih lanjut. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa pun, terutama bagi pembaca, dan pihak yang berkepentingan dalam bidang ini.

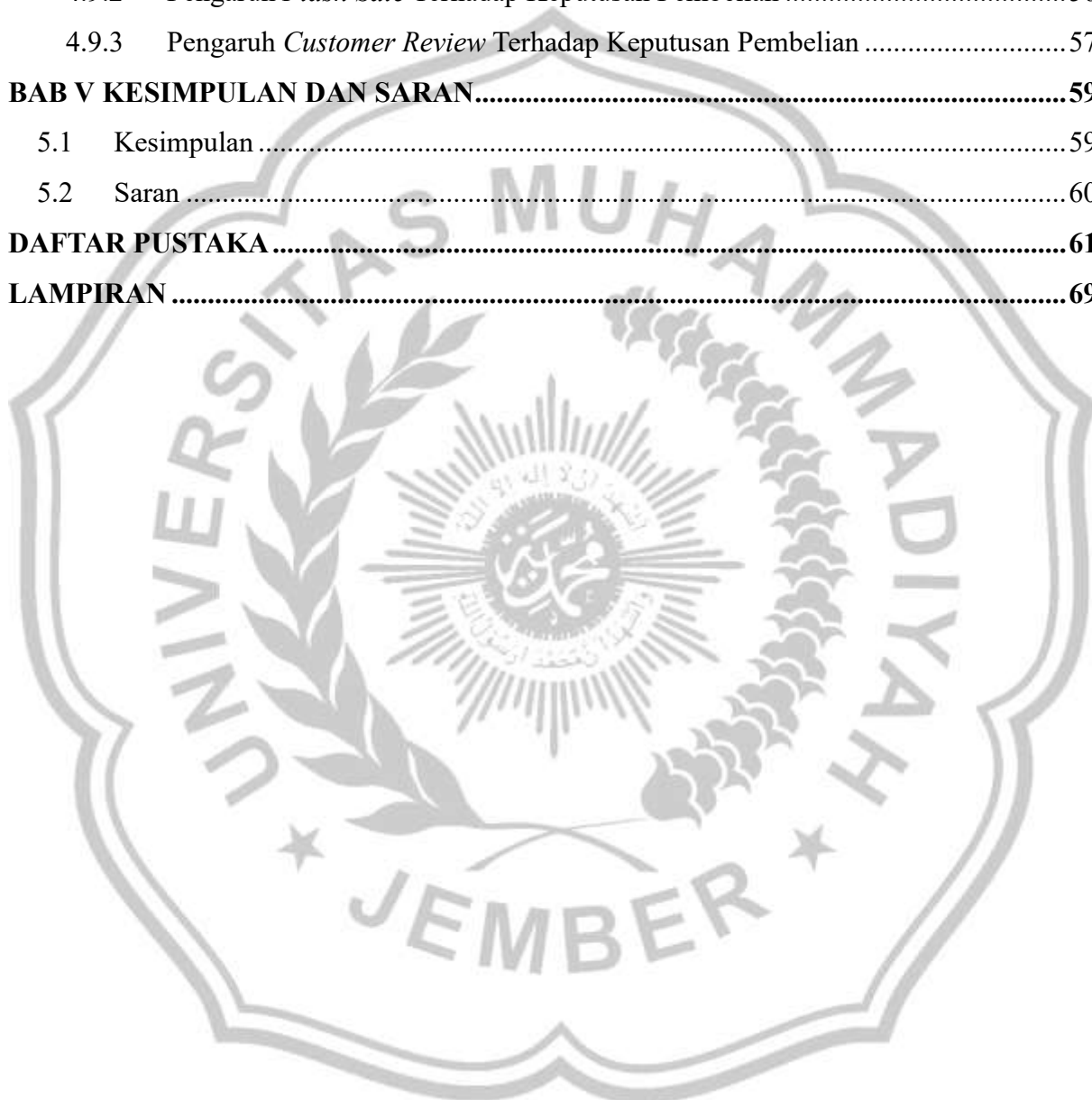
DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERNYATAAN	ii
SKRIPSI	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 Perilaku Konsumen	9
2.1.3 Bauran Pemasaran	10
2.1.4 Bauran Promosi	10
2.1.4.1 Dimensi Bauran Promosi	11
2.1.5 Gratis Ongkir	12
2.1.5.1 Pengertian Gratis Ongkir.....	12
2.1.5.2 Indikator Gratis Ongkir	12
2.1.6 <i>Flash Sale</i>	12
2.1.6.1 Pengertian <i>Flash Sale</i>	12
2.1.6.2 Indikator <i>Flash Sale</i>	13
2.1.7 <i>Customer Review</i>	13

2.1.7.1	Pengertian <i>Customer Review</i>	13
2.1.7.2	Indikator <i>Online Customer Review</i>	14
2.1.8	Keputusan Pembelian	14
2.1.8.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	14
2.1.8.2	Indikator Keputusan Pembelian	14
2.1.9	Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan	15
2.2	Penelitian Terdahulu	16
2.3	Kerangka Konseptual.....	22
2.4	Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN.....		25
3.1	Identifikasi Variabel.....	25
3.1.1	Variabel Bebas (<i>Independen</i>).....	25
3.1.2	Variabel Terikat (<i>dependen</i>).....	25
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	25
3.2.1	Gratis Ongkir (X1)	25
3.2.2	<i>Flash Sale</i>	26
3.2.3	<i>Customer Review</i>	27
3.2.4	Keputusan Pembelian	28
3.3	Desain Penelitian	29
3.4	Jenis Data.....	29
3.4.1	Data Primer.....	29
3.4.2	Data Sekunder	29
3.5	Populasi dan Sampel.....	29
3.5.1	Populasi	29
3.5.2	Sampel.....	30
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6.1	Observasi	31
3.6.2	Kuesioner.....	31
3.7	Teknik Analisis Data	32
3.8	Uji Instrumen Data.....	32
3.8.1	Uji Validitas Data.....	32
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	33
3.9	Analisis Regresi Linear Berganda	33

3.10	Uji Asumsi Klasik	34
3.10.1	Uji Normalitas	34
3.10.2	Uji Multikolinearitas	34
3.10.3	Uji Heteroskedastisitas	34
3.11	Uji Hipotesis	35
3.11.1	Uji t (Parsial)	35
3.12	Uji Koefisien Determinasi R ²	35
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1	Gambaran Umum Objek	36
4.1.1	Sejarah Singkat Glad2Glow (G2G)	36
4.1.2	Visi dan Misi PT Glad2Glow	37
4.1.3	Struktur organisasi PT Suntone Wisdom Indonesia (Glad2Glow)	38
4.1.4	Produk-produk Glad2Glow pada Marketplace Shopee	40
4.2	Karakteristik Responden	41
4.2.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas di Wilayah Jember	42
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Akun Shopee	43
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Mengikuti Program <i>Flash Sale</i>	43
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	44
4.3	Hasil Analisis Data	44
4.3.1	Distribusi Jawaban Variabel Gratis Ongkos Kirim	45
4.3.2	Distribusi Jawaban Variabel <i>Flash Sale</i>	46
4.3.3	Distribusi Jawaban Variabel <i>Customer Review</i>	47
4.3.4	Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	48
4.4	Hasil Uji Instrumen Data	49
4.4.1	Hasil Uji Validitas	49
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas	50
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda	50
4.6	Hasil Uji Asumsi Klasik	52
4.6.1	Hasil Uji Normalitas	52
4.6.2	Hasil Uji Multikolinearitas	52
4.6.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	53

4.7	Hasil Uji Hipotesis.....	54
4.7.1	Hasil Uji t (Parsial).....	54
4.8	Uji Koefesien Determinasi (R ²)	55
4.9	Pembahasan	55
4.9.1	Pengaruh Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
4.9.2	Pengaruh <i>Flash Sale</i> Terhadap Keputusan Pembelian	56
4.9.3	Pengaruh <i>Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		59
5.1	Kesimpulan	59
5.2	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....		61
LAMPIRAN		69

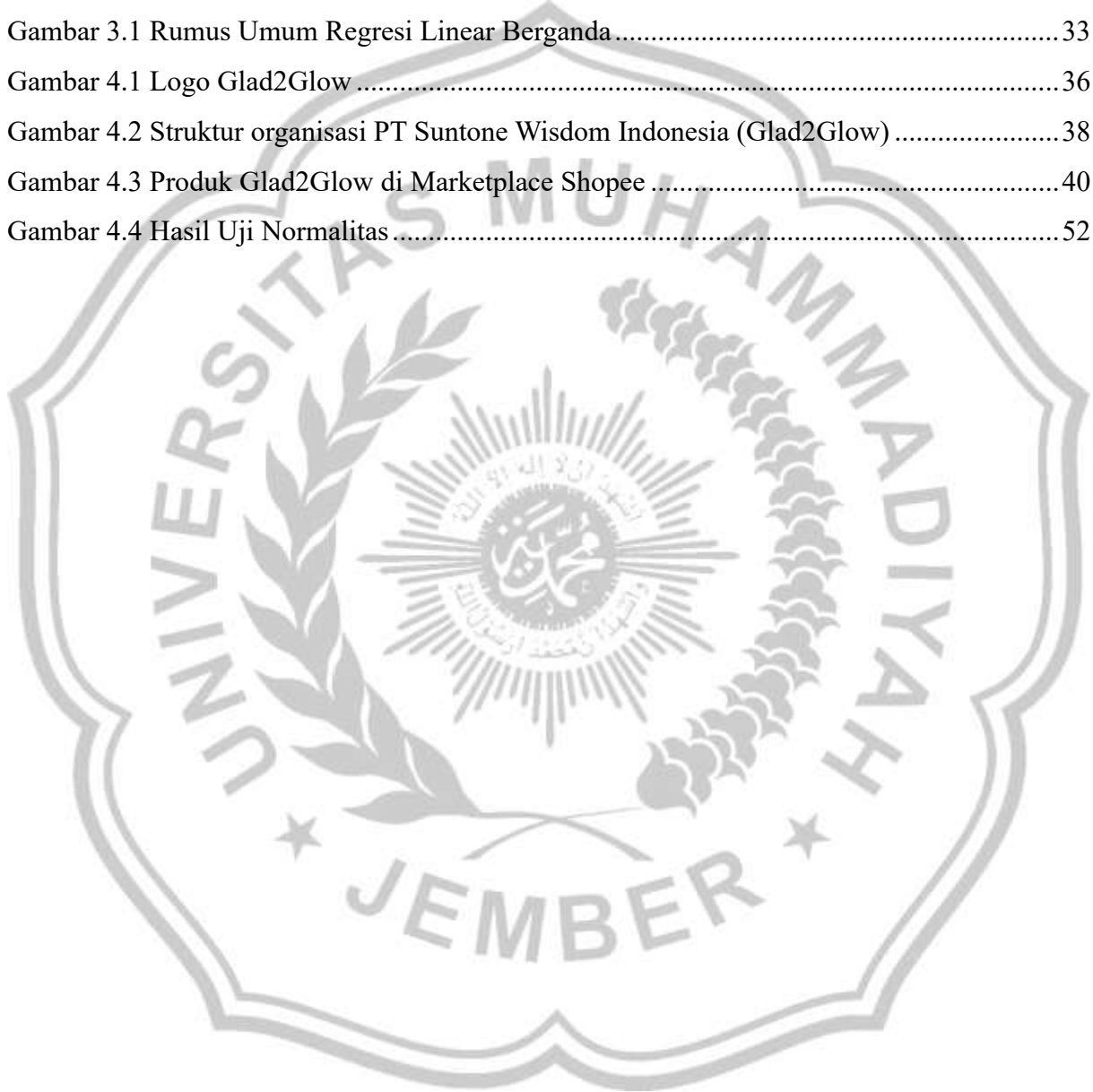


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Jumlah Populasi Mahasiswa di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember	30
Tabel 3.2 Hasil Penentuan Sampel Masing-Masing Universitas di Wilayah Jember.....	31
Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert	32
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas di Wilayah Jember.....	42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Akun Shopee	43
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengikuti Program Flash Sale.....	43
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	44
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel Gratis Ongkos Kirim	45
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Flash Sale</i>	46
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Customer Review</i>	47
Tabel 4.10 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	54
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>e-commerce</i> yang sering diakses pada tahun 2025	1
Gambar 1.2 brand populer di Indonesia tahun 2025	5
Gambar 1.3 <i>customer review</i> produk G2G pada <i>marketplace</i> Shopee	5
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan	15
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual.....	22
Gambar 3.1 Rumus Umum Regresi Linear Berganda	33
Gambar 4.1 Logo Glad2Glow	36
Gambar 4.2 Struktur organisasi PT Suntone Wisdom Indonesia (Glad2Glow)	38
Gambar 4.3 Produk Glad2Glow di Marketplace Shopee	40
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	69
Lampiran 2. Tabulasi Kuesioner.....	72
Lampiran 3. Bukti Penyebaran Kuesioner & Data Hasil Penelitian.....	81
Lampiran 4. Uji Validitas.....	83
Lampiran 5. Uji Reliabilitas	85
Lampiran 6. Analisis Regresi Linear Berganda.....	86
Lampiran 7. Uji Asumsi Klasik	86
Lampiran 8. Uji Hipotesis	87
Lampiran 9. Uji Koefesien Determinas (R^2).....	88
Lampiran 10. R-tabel.....	88
Lampiran 11. T-tabel.....	89

