



Universitas Lampung

METODELOGI PENELITIAN  
PROGRAM STUDI S-1 PENDIDIKAN EKONOMI

**PENGARUH HARGA, DISKON DAN PROMOSI  
DALAM PENGGUNAAN APLIKASI SHOOPPE FOOD  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI  
KEPUASAN KONSUMEN PADA MAHASISWA  
PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS LAMPUNG.**

Dosen Pengampu: Dr. Pujiati, M.Pd.

Dosen Anggota : 1. Prof. Dr. Undang Rosyidin, M.Pd.  
2. Rahmawati S.Pd., M.Pd

DELA ZULIA PRATIWI 2313031079



# BAB 1

# PENDAHULUAN

## LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat, termasuk mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Layanan pesan-antar makanan menjadi solusi praktis, dan Shopee Food muncul sebagai salah satu pilihan populer karena menawarkan harga terjangkau serta berbagai diskon dan promosi yang menarik.

Namun, dalam kenyataannya, tidak semua mahasiswa memiliki pengalaman yang sama dalam menggunakan layanan tersebut; sebagian merasa puas karena lebih hemat dan praktis, sementara yang lain mengalami ketidakpuasan terkait harga yang mahal, makanan yang tidak sesuai dan masih banyak lainnya. Perbedaan persepsi dan tingkat kepuasan ini memengaruhi keputusan mahasiswa untuk membeli kembali melalui aplikasi.

Oleh karena itu, penting untuk meneliti bagaimana harga, diskon, dan promosi berperan dalam memengaruhi keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen, khususnya pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

Universitas Lampung

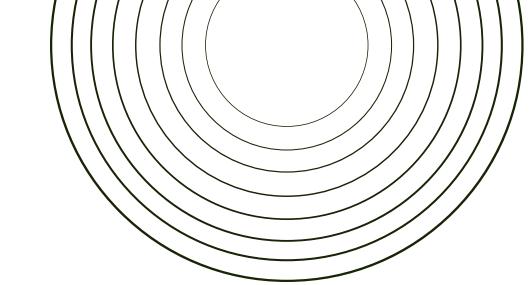


# IDENTIFIKASI MASALAH

1. Adanya perbedaan persepsi mahasiswa terhadap harga yang ditawarkan Shopee Food sehingga menimbulkan variasi tingkat kepuasan konsumen.
2. Diskon yang diberikan Shopee Food tidak selalu memberikan kepuasan yang sama bagi setiap mahasiswa, sehingga memengaruhi keputusan pembelian.
3. Promosi yang ditawarkan Shopee Food belum sepenuhnya memenuhi harapan mahasiswa dan menyebabkan perbedaan pengalaman dalam penggunaan layanan.
4. Keputusan pembelian mahasiswa melalui aplikasi Shopee Food dipengaruhi oleh harga, diskon, dan promosi, namun kepuasan konsumen sebagai faktor perantara tidak selalu tercapai

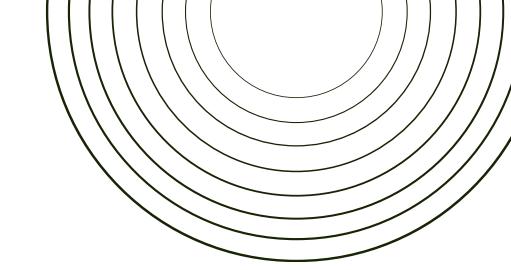
# BATASAN MASALAH

- Harga (x1)
- Diskon (x2)
- Promosi (x3)
- Kepuasan Konsumen (y)



# RUMUSAN MASALAH

- 1. Apakah Ada Pengaruh Harga Dalam Penggunaan Aplikasi Shopeefood Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.**
- 2. Apakah Ada Pengaruh Diskon Dalam Penggunaan Aplikasi Shopeefood Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.**
- 3. Apakah Ada Pengaruh Promosi Dalam Penggunaan Aplikasi Shopeefood Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.**
- 64. Apakah Ada Pengaruh Secara Stimulan Harga, Diskon dan Promosi Dalam Penggunaan Aplikasi Shopeefood Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.**



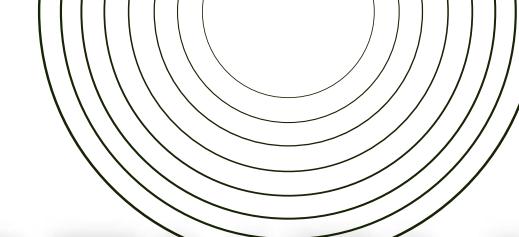
# TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga Dalam Penggunaan Aplikasi Shoopeefood Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Diskon Dalam Penggunaan Aplikasi Shoopeefood Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Promosi Dalam Penggunaan Aplikasi Shoopeefood Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Secara Stimulan Harga, Diskon dan Promosi Dalam Penggunaan Aplikasi Shoopeefood Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

# MANFAAT PENELITIAN

- **Manfaat Praktis**

Penelitian ini memberikan gambaran mengenai pengaruh harga, diskon, dan promosi Shopee Food terhadap keputusan pembelian mahasiswa melalui kepuasan konsumen. Hasilnya bermanfaat bagi pelaku bisnis layanan pesan-antar makanan serta bagi mahasiswa sebagai pengguna aktif, agar lebih bijak dalam menentukan pilihan pembelian dan memahami faktor yang memengaruhi kepuasan serta perilaku konsumsi yang sesuai kebutuhan dan kemampuan finansial.



# MANFAAT PENELITIAN

Universitas Lampung

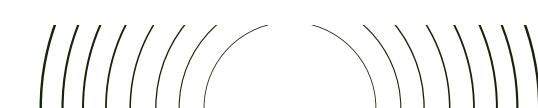


- **Manfaat Teoritis**

1. **Bagi Mahasiswa, Memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan menggunakan Shopee Food, serta pemahaman tentang peran harga, diskon, dan promosi dalam membentuk kepuasan dan keputusan pembelian.**
2. **Bagi Peneliti, Menjadi referensi untuk pengembangan penelitian terkait perilaku konsumen dan strategi pemasaran digital, serta memperkaya literatur mengenai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pada layanan pesan-antar makanan online.**

## RUANG LINGKUP PENELITIAN

1. Objek Penelitian : Harga (X1), Diskon (X2), Promosi (X3), dan Kepuasan Konsumen (Y)
2. Subjek Penelitian : Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2024
3. Tempat Penelitian : FKIP Universitas Lampung
4. Waktu : 2025
5. Ruang Lingkup : Ilmu Pendidikan





## BAB II

# TINJAUAN PUSTAKA

### Landasan Teori

#### A. Harga

Harga adalah nilai tukar yang dibayar konsumen untuk mendapatkan manfaat produk atau layanan. Persepsi harga yang sesuai meningkatkan kepuasan dan keputusan pembelian, sedangkan harga yang dianggap tidak wajar menurunkan minat beli. Pada layanan seperti ShopeeFood, harga kompetitif dan promosi menjadi faktor penting yang menarik konsumen, terutama mahasiswa.

#### B. Diskon

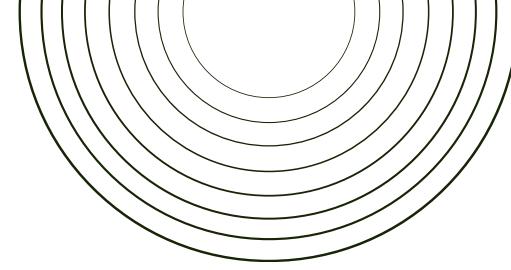
Diskon adalah potongan harga sebagai insentif untuk mendorong pembelian dan menarik minat konsumen. Dalam layanan digital seperti ShopeeFood, diskon melalui voucher atau cashback menjadi strategi efektif untuk meningkatkan pembelian dan kepuasan, terutama bagi mahasiswa yang sensitif terhadap harga.

#### C. Promosi

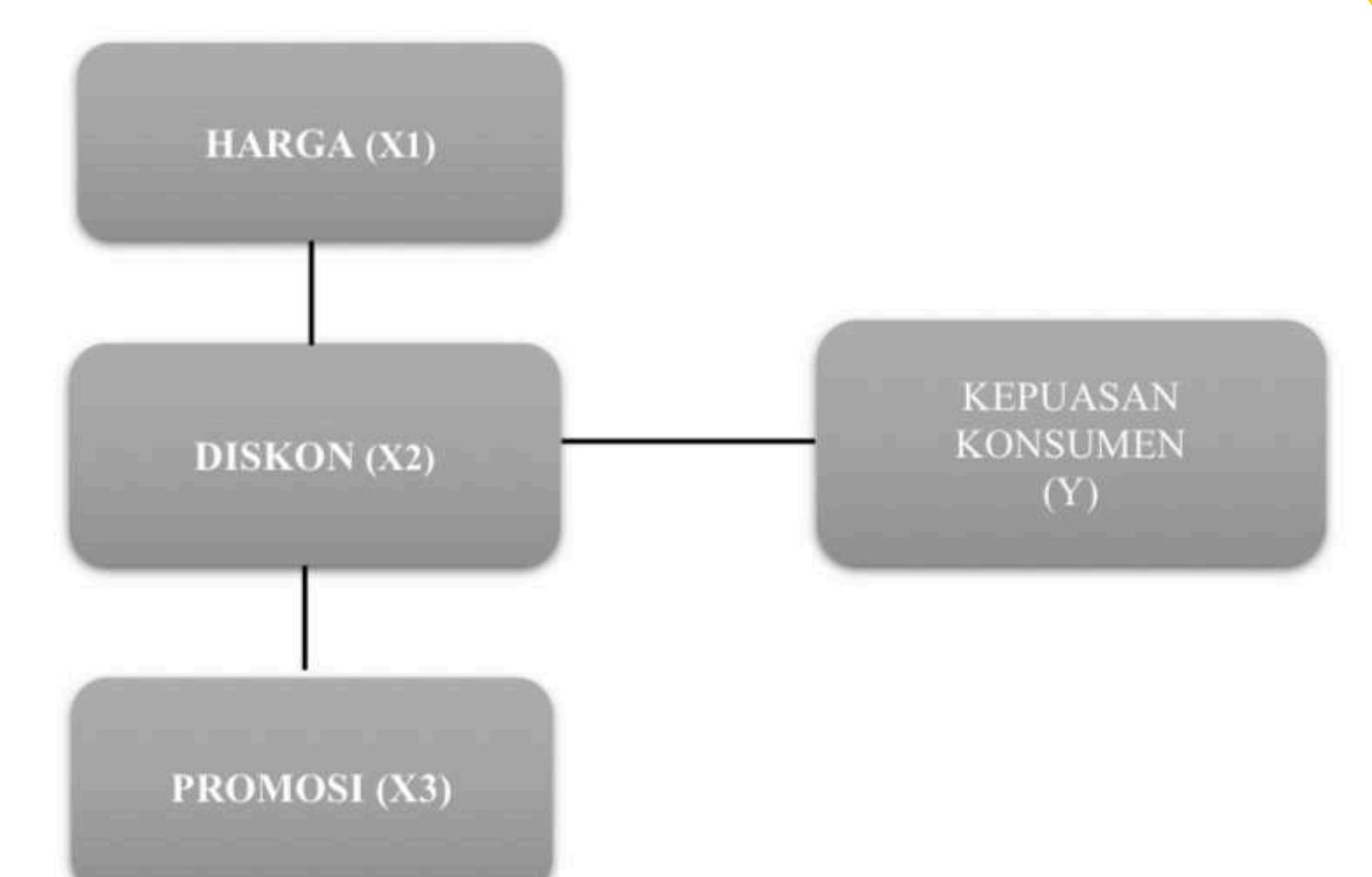
Promosi adalah upaya perusahaan untuk menarik perhatian dan meningkatkan minat beli konsumen melalui penyampaian informasi dan penawaran menarik. Pada layanan digital seperti ShopeeFood, promosi berupa cashback, voucher, dan gratis ongkir efektif mendorong keputusan pembelian, meningkatkan kepuasan, dan memperkuat loyalitas konsumen, terutama mahasiswa.

# HASIL PENELITIAN YANG RELEVAN

- **Nabila, N., Wardhani, R. A. N. W., & Epriliyana, N. N. (2025). Pengaruh diskon dan cashback terhadap frekuensi pembelian pada aplikasi ShopeeFood di wilayah Kabupaten Jember. Jurnal Partisipatoris, 6(1), 25–36.**
- **Siregar, D. R. (2024). Efektivitas promosi berbasis aplikasi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan ShopeeFood di kalangan mahasiswa. Jurnal Ekonomi dan Teknologi Digital, 8(1), 67–78.**
- **Aisyah, S. (2021). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk online. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia (JEBI), 6(2), 112–120.**
- **Nurhidayah, S., & Pratama, R. (2024). Kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan dalam meningkatkan kepuasan konsumen aplikasi pengantaran makanan. Jurnal Bisnis Digital Indonesia, 6(1), 54–67**

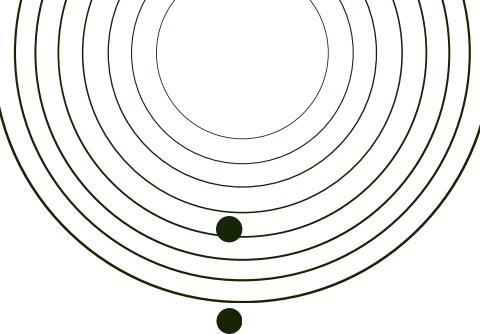


# KERANGKA BERFIKIR



# HIPOTESIS PENELITIAN

- **H0: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung pengguna aplikasi ShopeeFood.**
- **H1: Ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung pengguna aplikasi ShopeeFood**



# HIPOTESIS PENELITIAN

Universitas Lampung



- **H0: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara diskon terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung pengguna aplikasi ShopeeFood.**
- **H1: Ada pengaruh yang signifikan antara diskon terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung pengguna aplikasi ShopeeFood**
- **H0: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung pengguna aplikasi ShopeeFood.**
- **H1: Ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung pengguna aplikasi ShopeeFood**
- **H0: Tidak ada pengaruh simultan yang signifikan antara harga, diskon, dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung pengguna aplikasi ShopeeFood.**
- **H1: Ada pengaruh simultan yang signifikan antara harga, diskon, dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung pengguna aplikasi ShopeeFood.**

# BAB III

## METODOLOGI PENELITIAN

Universitas Lampung



### -JENIS PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian pengaruh dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan menganalisis pengaruh Harga (x1), Diskon (x2), dan Promosi (x3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pengguna Shopee Food pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh.

### -POPULASI

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung angkatan 2024 dengan jumlah 102 Mahasiswa.

### -SAMPLE

Jumlah sampel penelitian digunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 5% atau tingkat kepercayaan 95%. Sample yang diambil 81 Mahasiswa dan diambil secara random



# TEKNIK PENGUMPULAN DATA

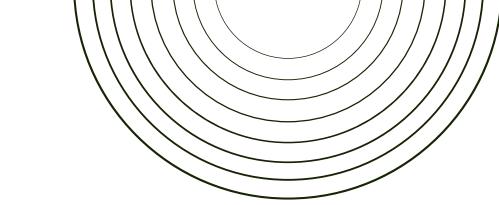
**Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung terkait pengaruh harga, diskon, dan promosi dalam penggunaan aplikasi Shopee Food terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen.**

**Pertanyaan dalam kuesioner menggunakan Skala Likert dengan rentang 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju) untuk mengukur persepsi responden terhadap setiap variabel.**

**Kuesioner ini terdiri dari lima bagian:**

- 1. Bagian pertama: Variabel Harga**
- 2. Bagian kedua: Variabel Diskon**
- 3. Bagian ketiga: Variabel Promosi**
- 4. Bagian keempat: Variabel Kepuasan Konsumen**





# DOKUMENTASI

**Dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data pendukung terkait penggunaan aplikasi Shopee Food oleh mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung, meliputi profil mahasiswa, data akademik, serta informasi demografis dan latar belakang ekonomi. Dokumen yang dikumpulkan mencakup data administrasi kampus, laporan akademik, serta informasi mengenai promosi, diskon, dan pengalaman penggunaan Shopee Food yang relevan dengan keputusan pembelian dan kepuasan konsumen.**

## INSTRUMEN PENELITIAN

Instrumen penelitian diuji melalui validitas (mengukur apakah instrumen tepat mengukur variabel) dan reliabilitas (mengukur tingkat kepercayaan instrumen menggunakan Cronbach's Alpha).

## UJI ANALISIS DATA

- Normalitas: Menentukan apakah data berdistribusi normal.
- Homogenitas: Menentukan kesamaan variasi antar kelompok data.

## UJI HIPOTESIS

- Regresi Linear Sederhana: Menguji pengaruh satu variabel independen terhadap dependen.
- Regresi Linear Berganda: Menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap dependen.
- Uji F: Menguji pengaruh semua variabel independen secara simultan terhadap dependen.



Universitas Lampung

Dela zulia pratiwi

⋮

# SEKIAN TERIMA KASIH

SELESAI

