

**PENGARUH *FLASH SALE* DAN VOUCHER GRATIS ONGKIR
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARYAWAN PT
PROVICES INDONESIA**

***THE EFFECT OF FLASH SALE AND FREE SHIPPING
VOUCHERS ON THE PURCHASE DECISION OF PT
PROVICES INDONESIA EMPLOYEES***

Oleh

**DANDI FEBRIANSAH
61201021009047**

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2026**

**PENGARUH *FLASH SALE* DAN VOUCHER GRATIS ONGKIR
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARYAWAN PT
PROVICES INDONESIA**

***THE EFFECT OF FLASH SALE AND FREE SHIPPING
VOUCHERS ON THE PURCHASE DECISION OF PT
PROVICES INDONESIA EMPLOYEES***

Oleh

**DANDI FEBRIANSAH
61201021009047**

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2026**

**PENGARUH *FLASH SALE* DAN VOUCHER GRATIS ONGKIR
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARYAWAN PT
PROVICES INDONESIA**

***THE EFFECT OF FLASH SALE AND FREE SHIPPING
VOUCHERS ON THE PURCHASE DECISION OF PT
PROVICES INDONESIA EMPLOYEES***

Oleh

**DANDI FEBRIANSAH
61201021009047**

SKRIPSI

Telah disahkan dan disetujui pada:

Tempat : Depok
Tanggal : 17 Juli 2026

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan

Eko Wahyu Widayat, S.Si., S.E., M.M
NIDN/NUPTK : 0131017804

**Drs. Henky Hendrawan, M.M.,
M.Si.**
NIDN/NUPTK : 0416076506

**Mengetahui,
Ketua Sekolah Ilmu Ekonomi GICI**

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S
NIDN/NUPTK : 2017065701

**PENGARUH *FLASH SALE* DAN VOUCHER GRATIS ONGKIR
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARYAWAN PT
PROVICES INDONESIA**

***THE EFFECT OF FLASH SALE AND FREE SHIPPING
VOUCHERS ON THE PURCHASE DECISION OF PT
PROVICES INDONESIA EMPLOYEES***

Oleh:

**DANDI FEBRIANSAH
61201021009047**

SKRIPSI

Telah diujikan pada:

Tempat : Depok
Tanggal : 17 Juli 2026

Ketua Penguji

Anggota Penguji

Sandi Noorzaman, S.Si., MM.
NIDN/NUPTK : 0027117708

Maya Andini Kartikasari, SP, MM
NIDN/NUPTK : 0422068302

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, M.M, M.Si
NIDN/NUPTK : 0416076506

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dandi Febriansah

NIM : 61201021009047

Judul : Pengaruh *Flash Sale* Dan Voucher Gratis Ongkir Terhadap
Keputusan Pembelian Karyawan Pt Provinces Indonesia

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya adalah murni hasil pemikiran saya yang dikuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
2. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya ini, dengan ini dialihkan haknya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk paten dan juga hal-hal yang berkaitan.
3. Penulisan hasil penelitian ini (skripsi) telah mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku ini di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Apabila dikemudian hari bahwa hasil penelitian ini dan penulisan skripsi ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsur penjiplakan terhadap karya ilmiah orang lain maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
 - a. Pencabutan gelar kesarjanaan saya yang telah saya terima.
 - b. Pencabutan ijazah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 17 Juli 2026

Materai 10.000

Dandi Febriansah

PERNYATAAN PENGGUNAAN KECERDASAN BUATAN (AI)

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dandi Febriansah

NIM : 61201021009047

Judul : Pengaruh *Flash Sale* Dan Voucher Gratis Ongkir Terhadap
Keputusan Pembelian Karyawan Pt Provinces Indonesia

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Dalam penulisan hasil karya ilmiah saya, saya dibantu dengan menggunakan Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence/AI*).
2. Aplikasi Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence/AI*) yang saya pergunakan adalah: *ChatGPT (Deep Reserch)*.
3. Dalam penulisan karya ilmiah ini, saya TIDAK menerapkan SALIN-TEMPEL (copy paste) hasil Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence/AI*) kedalam tulisan saya.
4. Seluruh isi, analisa, argumen, data dan kesimpulan yang terdapat dalam karya ilmiah saya, merupakan hasil pemahaman, kajian, dan tanggung jawab penulis secara penuh. Tidak ada bagian dari penulisan ini yang dihasilkan sepenuhnya oleh Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence/AI*) tanpa pengawasan, pemrosesan, atau evaluasi ulang oleh penulis.
5. Apabila dikemudian hari terdapat pelanggaran terhadap prinsip etika akademik, termasuk penggunaan Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence/AI*) secara tidak tepat yang merupakan bentuk ketidakjujuran ilmiah maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bogor, 17 Juli 2026

Dandi Febriansah

ABSTRAK

Dandi Febriansah. NIM 61201021009047. Pengaruh *Flash Sale* dan Voucher Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian Karyawan PT Provinces Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *flash sale* dan voucher gratis ongkir terhadap keputusan pembelian karyawan PT Provinces Indonesia pada platform *e-commerce* Shopee. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori dan metode survei. Sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, sedangkan pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert lima tingkat. Analisis data menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *flash sale* dan voucher gratis ongkir mampu menjelaskan 58,9% variasi keputusan pembelian, sedangkan 41,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Secara simultan, *flash sale* dan voucher gratis ongkir berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai $F_{hitung} 66,828 > F_{tabel} 3,10$. Secara parsial, *flash sale* berpengaruh signifikan dengan nilai $T_{hitung} 3,949 > T_{tabel} 1,986$, sedangkan voucher gratis ongkir juga berpengaruh signifikan dengan nilai $T_{hitung} 2,839 > T_{tabel} 1,986$. Variabel *flash sale* menjadi faktor yang lebih dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian karyawan PT Provinces Indonesia.

Kata kunci: *Flash Sale*, Voucher Gratis Ongkir, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Dandi Febriansah. NIM 61201021009047. *The Effect of Flash Sale and Free Shipping Vouchers on the Purchasing Decisions of PT Provinces Indonesia Employees.*

This study aims to analyze the effect of flash sale and free shipping vouchers on the purchasing decisions of PT Provinces Indonesia employees on the Shopee e-commerce platform. This research employed a quantitative approach with an explanatory design and survey method. The sample was selected using purposive sampling, while data were collected through a five-point Likert scale questionnaire. Data analysis used multiple linear regression to examine the partial and simultaneous effects of the independent variables on purchasing decisions. The results showed that flash sale and free shipping vouchers explained 58.9% of the variation in purchasing decisions, while the remaining 41.1% was influenced by other factors outside the study. Simultaneously, flash sale and free shipping vouchers had a significant effect on purchasing decisions, with $F\text{-count } 66.828 > F\text{-table } 3.10$. Partially, flash sale had a significant effect with $T\text{-count } 3.949 > T\text{-table } 1.986$, while free shipping vouchers also had a significant effect with $T\text{-count } 2.839 > T\text{-table } 1.986$. The flash sale variable was found to be the more dominant factor influencing the purchasing decisions of PT Provinces Indonesia employees.

Keywords: *Flash Sale, Free Shipping Vouchers, Purchasing Decisions*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul “*Pengaruh Flash Sale Dan Voucher Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Karyawan Pt Provinces Indonesia*”. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen STIE GICI Depok.

Perkembangan teknologi informasi dan e-commerce telah mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja khususnya melalui platform *Shopee*. Strategi promosi seperti *Flash Sale* dan voucher gratis ongkir menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kedua faktor tersebut terhadap keputusan pembelian di PT Provinces Indonesia. Hasil penelitian diharapkan memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai perilaku konsumen serta membantu perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang efektif.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu kritik dan saran dari berbagai pihak sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi serta mendukung penyelesaian penelitian ini terutama kepada:

1. Bapak Mildy Rifa’i, SE., selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah memimpin kampus dengan baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Bapak Eko Wahyu Widayat, S.Si., S.E., M.M., selaku pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan berharga dalam menyusun skripsi ini sehingga penulis bisa menyelesaikannya tepat waktu.
5. Mahasiswa Angkatan 2021 yang telah bersama-sama menjalani masa perkuliahan di STIE GICI Depok dan sahabat dekat yang selalu memberikan dukungan selama penulisan skripsi ini.

6. Ayahanda Hamzah dan Ibunda Yati Haryati serta mertua saya Ibu Rosita yang senantiasa memberikan doa dan dukungan moral kepada penulis.
7. Istri saya tericinta Siti Sahira Zulfa dan anak saya Muhammad Naufal Syahdan Attariz yang menjadikan saya semangat baru untuk menyelesaikan studi ini

Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan membantu para pelaku industri e-commerce dalam memahami perilaku konsumen.

Depok, 17 Juli 2026

Penulis
Dandi Febriansah

DAFTAR ISI

Lembar Judul Skripsi	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pengujian Sidang	iii
Pernyataan Pernyataan	iv
Pernyataan Penggunaan Kecerdasan Buatan (Ai)	v
Abstrak & <i>Abstract</i>	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	18
1.3 Batasan Penelitian	19
1.4 Rumusan Masalah	19
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian	19
1.5.1 Maksud Penelitian.....	20
2.5.1 Tujuan Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	21
2.1.1 Pemasaran dan Promosi	21
2.1.2 <i>Flash Sale</i>	25
2.1.3 Voucher Gratis Ongkir	30
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	34
2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.3 Kerangka Pemikiran Konseptual	43
2.4 Hipotesis	45
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian dan Jenis Penelian	46
3.1.1 Pemasaran dan Promosi	46
3.1.2 <i>Flash Sale</i>	47
3.2 Objek, Jadwal dan Lokasi Penelitian	48
3.2.1 Objek Penelitian.....	48
3.2.2 <i>Jadwal Penelitian</i>	48
3.2.3 Lokasi Penelitian.....	49
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	49

3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	50
3.4.1	Populasi	50
3.4.2	Sampel	51
3.5	Definisi Oprasional Variabel	52
3.5.1	Variabel Bebas (<i>Independent</i>)	53
3.5.2	Variabel Terikat (<i>Depedent</i>).....	55
3.6	Metode Pengumpulan Data	56
3.6.1	Kuesioner (Angket).....	57
3.6.2	Studi Kepustakaan	58
3.7	Teknik Analisi Data	59
3.7.1	Skala dan Angka Penafsiran	59
3.7.2	Persamaan Regresi	60
3.7.3	Uji Kualitas Data	61
3.7.4	Uji Asumsi Klasik.....	63
3.7.5	Uji Hipotesis	65
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian	67
4.1.1	Gambaran Umum PT Provinces Indonesia	67
4.1.2	Karakteristik Responden	68
4.1.3	Tanggapan Responden	69
4.1.4	Uji Validitas.....	76
4.1.5	Uji Reliabilitas	78
4.1.6	Uji Asumsi Klasik.....	79
4.1.7	Uji Hipotesis	83
4.2	Pembahasan	87
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	90
5.2	Saran	90
DAFTAR PUSTAKA		92

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	49
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	56
Tabel 3.2 Kriteria Uji Validitas	62
Tabel 3.6 Kriteria Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.1. Karakteristik Responden.....	68
Tabel 4.2. Tanggapan Responden atas Variabel Flash Sale.....	69
Tabel 4.3. Tanggapan Responden atas Variabel Voucher Gratis Ongkir	72
Tabel 4.4. Tanggapan Responden atas Variabel Keputusan Pembelian.....	74
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas <i>Flash Sale</i> (X1)	77
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Voucher Gratis Ongkir (X2)	77
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	77
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 4.9. Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogrov-Smirnov.....	81
Tabel 4.10. Hasil Uji Multikolonieritas	81
Tabel 4.11. Hasil Uji Regresi Berganda	83
Tabel 4.12. Hasil Uji F.....	84
Tabel 4.13. Hasil Uji t (Uji Parsial)	86
Tabel 4.14. Koefisien Determinasi (R ²)	87

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. E-commerce yang Sering Diakses di Indonesia	15
Gambar 1.2. Pertimbangan Memilih Platform e-Commerce untuk Belanja	15
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual.....	44
Gambar 4.1 PT. Provinces Indonesia.....	67
Gambar 4.2. Histogram	79
Gambar 4.3. Probability Plot.....	80
Gambar 4.4. Grafik Scatterplot	82

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner	95
Lampiran 2. Jawaban Responden	99
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	106
Lampiran 4. Hasil Output SPSS (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)	107
Lampiran 5. Hasil Output SPSS (Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis)	111
Lampiran 6. Screenshoot Pengisian G-Form Responden	115
Lampiran 7. Kartu Bimbingan.....	116
Lampiran 8. Plagiarisme dari LPPM	117
Lampiran 8. Daftar Riwayat Hidup	118
Lampiran 9. Daftar Tabel Uji F	119
Lampiran 10. Daftar Tabel Uji t	120