

**PENGARUH ONGKOS KIRIM DAN DISTRIBUSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI PADA SHOPEE  
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA  
MANDIRA KUPANG)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen**



**OLEH:**

**MARIA MONIKA HARBIN**  
**NIM :32118010**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA  
KUPANG  
2022**

**LEMBARAN PENGESAHAN**

**PENGARUH ONGKOS KIRIM DAN DISTRIBUSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI PADA SHOPEE  
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA  
MANDIRA KUPANG)**


Yang diajukan oleh :

Nama : Maria Monika Harbin  
NIM : 32118010  
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Skripsi ini telah disetujui dan diterima Oleh Tim Pembimbing  
Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Dr. Simon Sia Nih, SE, M.Si  
NIDN : 0818116101

  
Rosadalinga Tisu, SE, MM  
NIDN : 0825078305

Kupang, .....2022

Ketua Program Studi Manajemen

  
Rosadalinga Tisu, SE, MM  
NIDN : 0825078305

**LEMBARAN PERSETUJUAN**

Skripsi ini telah disetujui dan diterima baik oleh Panitia Ujian Skripsi  
Pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis  
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Yang diselenggarakan pada :

Hari/Tanggal : Jumat, 24 Juni 2022  
Jam : 11.00 – 13.00 Wita  
Ruangan : Magister Manajemen  
Atas Nama : Maria Monika Harbin  
NIM : 32118010  
Dinyatakan : **LULUS**

**PANITIA PENGUJI SKRIPSI**

1. Ketua : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si
2. Sekretaris : Rosadalima Tisu, SE, MM
3. Penguji I : Dr. Stanis Man, SE, M.Si
4. Penguji II : Maria A. L. Amaral, SE, MM
5. Penguji III : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si



**MENGETAHUI**



**Dekan**  
**Fakultas Ekonomika Dan Bisnis**  
**Jon Setya Adrianus, SE, MM**  
**NIDN : 0809055901**



**Ketua**  
**Program Studi Manajemen**  
**Rosadalima Tisu, SE, MM**  
**NIDN : 0825078305**

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Dia Memberi Kekuatan Kepada Yang Lelah  
Dan Menambah Semangat Kepada Yang Tiada Berdaya”.

Yesaya 40:29

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Ayah tercinta Yohanes Jaban dan Ibu tercinta Bibiana Dius yang dengan susah payah bekerja keras membiayai pendidikan dan selalu mendoakan yang terbaik sejak kecil hingga dapat menyelesaikan pendidikan ini. Kepada kakak/adik tercinta Vian Masyur, Nedis Lalung, Yoseph Jehamin dan Roman Agun yang selalu mendukung dan memotivasi.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas berkat, rahmat dan kebaikan-Nya, skripsi dengan judul **“Pengaruh Ongkos Kirim Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandira Kupang)”**, dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat kelulusan pendidikan Strata Satu, pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Selesainya penulisan skripsi ini adalah berkat bantuan, bimbingan dan pengalaman, serta dukungan dari semua pihak berupa material, spiritual maupun informasi. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini diucapkan limpah terima kasih kepada :

1. P. Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk dapat mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Bapak Jou Sewa Adrianus, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM selaku Ketua dan Ibu Maria B.M.G Wutun, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika

dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan motivasi dan masukan yang sangat membantu selama masa perkuliahan sampai pada akhir penulisan skripsi ini.

4. Bapak Engelbertus Glory Christy Watu, SE, MM selaku dosen pembimbing akademik, yang telah memberikan nasihat selama masa perkuliahan.
5. Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si selaku dosen Pembimbing I dan Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM selaku dosen Pembimbing II yang memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan keluangan waktu dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Stanis Man, SE, M.Si dan Ibu Maria A. L. Amaral, SE, MM selaku penguji I dan penguji II yang telah meluangkan waktu untuk menjadi dosen penguji serta memberikan masukan dan saran yang membangun hingga penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen lainnya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta bimbingan selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
8. Para Pegawai Tata Usaha, yang sangat membantu dalam menyiapkan segala keperluan perkuliahan.
9. Kepada ke dua Orang Tua, Bapak Yohanes Jaban dan Ibu Bibiana Dius yang telah mendidik, membesarkan, serta membiayai, juga saudara Vian Masyur, Nedis Lalung, Yoseph Jehamin, Roman Agun dan Stefan Jegaut atas segala dukungan yang telah diberikan.
10. Kepadasahabat-sahabatseperjuangan yang membantu dan menyemangati selama proses perkuliahan dan dalam menyelesaikan penulisan skripsi.

Semoga Tuhan Yesus membalas budi baik semua pihak yang telah memberikan kesempatan, dukungan dan bantuan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Disadari sepenuhnya, bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dibutuhkan kritikan dan saran yang dapat membangun guna penyempurnaan penulisan ini. Akhir kata, semoga skripsi yang telah disusun ini dapat menambah pengetahuan dan memberikan manfaat bagi para pembaca sekalian.

Kupang, Juni 2022

Penulis

## ABSTRAK

**Maria Monika Harbin (32118010) “Pengaruh Ongkos Kirim Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Shopee ( Studi Pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandira Kupang)” dibawah bimbingan Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si sebagai pembimbing I dan Rosadalima Tisu, SE, MM sebagai pembimbing II.**

Shopee adalah e-commerce (jual beli online) berbasis aplikasi mobile yang sedang berkembang di Indonesia. Sebagai marketplace, shopee berhadapan dengan sejumlah kompetitor. Berdasarkan ulasan dari pengguna aplikasi mobile shopee baik sebagai penjual maupun sebagai pembeli, masih banyak komentar bahwa aplikasi ini kurang memuaskan terutama ongkos kirim dan distribusi.

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah: 1). untuk mengetahui persepsi konsumen tentang ongkos kirim, distribusi, minat membeli dan gambaran keputusan pembelian di Shopee. 2). Untuk mengetahui signifikansi pengaruh ongkos kirim terhadap minat membeli di Shopee. 3). Untuk mengetahui signifikansi pengaruh distribusi terhadap minat membeli di Shopee. 4). Untuk mengetahui signifikansi pengaruh ongkos kirim terhadap keputusan pembelian di Shopee. 5). Untuk mengetahui signifikansi pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian di Shopee. 6). Untuk mengetahui signifikansi pengaruh minat membeli terhadap keputusan pembelian di shopee. 7). Untuk mengetahui minat membeli memediasi ongkos kirim dan distribusi terhadap keputusan pembelian di Shopee.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang melakukan pembelian di Shopee. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dari jumlah indikator yang digunakan, yaitu sebanyak 17 indikator dan dikalikan 8, sehingga sampel dalam penelitian ini sebanyak 136 responden. Dengan menggunakan teknik accidental sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner data diolah menggunakan analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa ongkos kirim berada pada skor 76,08%, distribusi 80,18%, minat beli 79,23%, keputusan pembelian 78,03% semua variabel termasuk dalam kategori baik. Hasil analisis statistik inferensial menunjukkan bahwa: 1). ongkos kirim berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Shopee. 2). distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada shopee. 3). ongkos kirim berpengaruh tidak secara signifikan terhadap keputusan pembelian. 4). distribusi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee. 5). minat beli berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee. 6). Minat beli memediasi pengaruh ongkos kirim dan distribusi terhadap keputusan pembelian pada Shopee.

Koefisien determinasi variabel minat beli sebesar 0,695 sisanya 30,5% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel dalam penelitian ini, dan koefisien determinasi dari variabel keputusan pembelian sebesar 0,673 dan sisanya 32,7% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel dalam penelitian ini.

Shopee disarankan agar lebih memaksimalkan program gratis ongkir, untuk menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian. dan lebih kreatif dalam menciptakan strategi-strategi promosi yang baru, sehingga mampu menumbuhkan minat beli dan membuat konsumen melakukan keputusan pembelian (misalnya memberikan diskon dan hadiah menarik).

**Kata Kunci: Ongkos Kirim, Distribusi, Minat Beli, Keputusan Pembelian.**



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBARAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBARAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Masalah Penelitian .....	16
C. Tujuan Penelitian .....	16
D. Manfaat Penelitian .....	17
<b>BAB 11 TINJAUAN TEORITIS</b>	
A. Konsep Pemasaran .....	19
B. Bauran Pemasaran .....	21
C. Keputusan Pembelian .....	24
D. Minat Beli.....	37
E. Ongkos Kirim.....	40
F. Distribusi .....	45

G. Penelitian Terdahulu .....	55
H. Kerangka Berpikir .....	57
I. Hipotesis Penelitian .....	59
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Tempat Dan Waktu Penelitian .....	61
B. Populasi dan Sampel .....	61
C. Jenis data .....	62
D. Teknik pengumpulan Data .....	63
E. Variabel penelitian, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran .....	64
F. Teknik Analisis Data .....	66
G. Uji Hipotesis .....	73
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
A. Karakteristik Responden .....	74
B. Hasil Penelitian .....	77
C. Pembahasan Penelitian .....	94
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	106
B. Saran .....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>108</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>110</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 : Data E-Commerce Yang Paling Sering Dikunjungi Quartal 2 Tahun 2021 .....	5
Tabel 1.2 : Data Penjualan Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak dan Blibli Tahun 2018-2021 .....	6
Tabel 1.3 : Kelebihan dan Kekurangan Dari 5 E-Commerce .....	8
Tabel 1.4 : Data Perbandingan Biaya Ongkos Kirim Pada E-Commerce Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak dan Blibli .....	10
Tabel 1.5 : Rating Distribusi/Pengiriman Paket Shopee di Indonesia .....	11
Tabel 1.6 : Data Perbandingan Distribusi/Pengiriman Paket Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak dan Blibli .....	12
Tabel 3.1 : Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran .	65
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	74
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	75
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	75
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	76
Tabel 4.5 : Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Ongkos Kirim.....	78
Tabel 4.6 : Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Distribusi .....	78
Tabel 4.7 : Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Minat Beli .....	79
Tabel 4.8 : Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Ongkos Kirim .....	80
Tabel 4.9 : Outer loading awal .....	82
Tabel 4.10 : Hasil perhitungan <i>Outer Loading</i> .....	84
Tabel 4.11 : Hasil Perhitungan <i>Cross Loading</i> .....	85

Tabel 4.12 : Hasil Perhitungan $\sqrt{\text{AVE}}$ dan Nilai Korelasi Antar Variabel .....	86
Tabel 4.13 : Hasil Perhitungan <i>Composite Reliability</i> .....	87
Tabel 4.14 : <i>Path Coefficient</i> .....	88
Tabel 4.15 : Hasil Perhitungan <i>R-Square</i> .....	88
Tabel 4.16 : Hubungan langsung Antara Variabel Ongkos Kirim, Distribusi, Minat Beli dan Keputusan Pembelian.....	90
Tabel 4.17 : Hasil Perhitungan Total <i>Indirect Effect</i> .....	93

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 : Tagline Gratis Ongkir Pada Shopee .....	9
Gambar 2.1 : Skema Kerangka Berpikir .....	59
Gambar 3.1 : Diagram Jalur .....	70
Gambar 4.1 : <i>Outer Model</i> Awal .....	81
Gambar 4.2: Diagram Hubungan Antara Ongkos Kirim, Distribusi, Minat Beli Dan Keputusan Pembelian .....	83
Gambar 4.3: Diagram Path Hubungan Antara Ongkos Kirim, Distribusi, Minat Beli Dan Keputusan Pembelian .....	90

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Kuesioner penelitian .....	111
Lampiran 2. Jawaban Responden Variabel Ongkos Kirim (X1) .....	118
Lampiran 3. Jawaban Responden Variabel Distribusi (X2).....	120
Lampiran 4. Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Y1).....	122
Lampiran 5. Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y2) .....	124
Lampiran 6. Grafik path Coefficients .....	126
Lampiran 7. Grafik R Square .....	127
Lampiran 8. Grafik Cronbach's Alpha.....	128
Lampiran 9. Grafik Composite Reliability.....	129
Lampiran 10. Average Variance Extracted (AVE) .....	130
Lampiran 11. <i>Outer Model</i> Awal.....	131
Lampiran 12. Diagram Hubungan Antara Ongkos Kirim, Distribusi, Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Setelah Pengurangan X1.2, X2.1, X2.2, X2.5 Y1.4 Dan Y2.5.....	132
Lampiran 13. Diagram Path Hubungan Antara Ongkos Kirim, Distribusi, Minat Beli Dan Keputusan Pembelian.....	133
Lampiran 14. <i>Outer Loadings</i> .....	134
Lampiran 15. <i>Cross Loadings</i> .....	135
Lampiran 16. <i>Path Coefficients</i> .....	136
Lampiran 17. <i>R Square</i> .....	137
Lampiran 18. <i>Construct Reliability and Validity</i> .....	138
Lampiran 19 Surat Keterangan Penelitian .....	139