

**PENGARUH PROMO GRATIS ONGKIR, *BRAND AMBASSADOR*  
DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI *MARKETPLACE LAZADA* PADA GENERASI Z  
DI JAKARTA SELATAN**

**TUGAS AKHIR**

**Noviana Rahmawati**

**203402516159**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2024**

**PENGARUH PROMO GRATIS ONGKIR, *BRAND AMBASSADOR*  
DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI *MARKETPLACE LAZADA* PADA GENERASI Z  
DI JAKARTA SELATAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh:

**Noviana Rahmawati**

**203402516159**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**2024**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

**PENGARUH PROMO GRATIS ONGKIR, *BRAND AMBASSADOR*  
DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI *MARKETPLACE LAZADA* PADA GENERASI Z  
DI JAKARTA SELATAN**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan atau kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 19 Februari 2024



METERAL TEMPEL  
3B7F6ALX060895393

Noviana Rahmawati

NPM: 203402516159

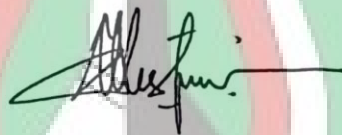
UNIVERSITAS NASIONAL

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PROMO GRATIS ONGKIR,  
BRAND AMBASSADOR DAN KEMUDAHAN  
PENGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI MARKETPLACE LAZADA  
PADA GENERASI Z DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Noviana Rahmawati**  
Nomor Pokok : **203402516159**  
Program Studi : **Manajemen**

Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir,



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen,



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Jakarta, 19 Februari 2024

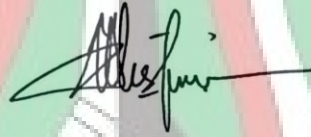
**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PROMO GRATIS ONGKIR,  
BRAND AMBASSADOR DAN KEMUDAHAN  
PENGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI MARKETPLACE LAZADA  
PADA GENERASI Z DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Noviana Rahmawati**  
Nomor Pokok : **203402516159**  
Program Studi : **Manajemen**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

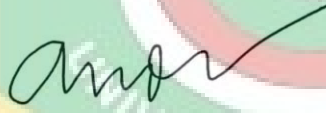
Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir,



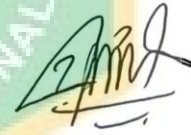
(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Ketua Penguji,

Anggota/Penguji,



(Dr. Andini Nurwulandari, S.E., M.M.)



(Dita Nurul Aini Mustika Dewi, S.E., M.E.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



(Prof. Lina Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

Jakarta: 25 Februari 2024

Tanggal Lulus: Maret 2024

## ABSTRAK

### PENGARUH PROMO GRATIS ONGKIR, *BRAND AMBASSADOR* DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *MARKETPLACE* LAZADA PADA GENERASI Z DI JAKARTA SELATAN

Oleh:

Noviana Rahmawati

NPM: 203402516159

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mencari tahu ada atau tidaknya pengaruh Promo Gratis Ongkir (X1), *Brand Ambassador* (X2) dan Kemudahan Penggunaan (X3) yang merupakan variabel independen terhadap Keputusan Pembelian (Y) yang merupakan variabel dependen. Pada penelitian ini sebanyak 100 orang responden dipilih sebagai sampel menggunakan metode *non-probability sampling* serta teknik yang dipakai yaitu *purposive sampling*. Peneliti menggunakan data primer dan mengumpulkan informasi secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda untuk mencari tahu hubungan antara beberapa variabel independen dengan variabel dependen. Data yang telah terkumpul akan diolah menggunakan perangkat lunak statistik SPSS versi 25. Hasil ditemukan setelah dilakukannya pengujian pada variabel penelitian menunjukkan bahwa Promo Gratis Ongkir (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di *marketplace* Lazada pada generasi Z di Jakarta Selatan, *Brand Ambassador* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di *marketplace* Lazada pada generasi Z di Jakarta Selatan dan Kemudahan Penggunaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di *marketplace* Lazada pada generasi Z di Jakarta Selatan.

**Kata Kunci:** Promo Gratis Ongkir, *Brand Ambassador*, Kemudahan Penggunaan dan Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

### ***EFFECT OF FREE SHIPPING PROMOTION, BRAND AMBASSADOR AND EASE OF USE IN PURCHASING DECISIONS AT THE LAZADA MARKETPLACE IN GENERATION Z IN SOUTH JAKARTA***

By:

*Noviana Rahmawati*

*NPM: 203402516159*

*Thesis, under the guidance of Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.*

*The research conducted aims to find out whether or not there is an effect of Free Shipping Promo (X1), Brand Ambassador (X2) and Ease of Use (X3) which are independent variables on Purchasing Decisions (Y) which are dependent variables. In this study, 100 respondents were selected as a sample using non-probability sampling method and the technique used was purposive sampling. Researchers used primary data and collected information directly from respondents through distributing questionnaires. Data analysis was carried out using multiple linear regression to find out the relationship between several independent variables and the dependent variable. The data that has been collected will be processed using SPSS version 25 statistical software. The results found after testing the research variables show that the Free Shipping Promo (X1) has a positive and significant effect on Purchasing Decisions (Y) at the Lazada marketplace for generation Z in South Jakarta, Brand Ambassador (X2) has a positive and significant effect on Purchasing Decisions (Y) at the Lazada marketplace for generation Z in South Jakarta and Ease of Use (X3) has a positive and significant effect on Purchasing Decisions (Y) at the Lazada marketplace for generation Z in South Jakarta.*

**Keywords:** *Free Shipping Promo, Brand Ambassador, Ease of Use and Purchasing Decisions.*

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Data Pribadi

1. Nama : Noviana Rahmawati
2. Tempat, Tanggal Lahir : Sukabumi, 02 November 2001
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Jl. Raya Rambay Gg. Pelukis No.802  
RT004/RW001 Desa Sukamanah Kec.  
Cisaat Kab. Sukabumi 43152.
5. No. Handphone : 085771371253
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : [novianarahmawati9e@gmail.com](mailto:novianarahmawati9e@gmail.com)

### B. Riwayat Pendidikan

1. 2008-2014 : SDN 04 Pagi
2. 2014-2017 : SMPN 67 Jakarta
3. 2017-2020 : SMA YMIK 2 Jakarta
4. 2020-2024 : Universitas Nasional



Jakarta, 19 Februari 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Noviana Rahmawati'.

Noviana Rahmawati  
NPM: 203402516159



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Promo Gratis Ongkir, *Brand Ambassador* dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Lazada pada Generasi Z di Jakarta Selatan” ini dengan baik dan tepat waktu. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam yang telah membawa risalah islam yang penuh dengan ilmu pengetahuan sehingga dapat menjadi bekal hidup kita baik di dunia maupun di akhirat. Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penulis mendapatkan banyak pelajaran yang dapat diambil dari penyusunan tugas akhir ini dan tentunya terdapat keterlibatan antara beberapa pihak dalam penulisan tugas akhir ini serta rasa cinta, motivasi, saran, bimbingan dan dukungan yang diberikan dari banyak pihak baik itu dilakukan secara langsung ataupun tidak langsung kepada penulis. Karenanya dengan rasa kasih sayang, rasa hormat dan penuh kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terimakasih banyak sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional
2. Bapak Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional serta selaku dosen pembimbing yang telah membantu memperbaiki kekurangan, memberikan solusi dan memberikan panduan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Seluruh Dosen Universitas Nasional terutama untuk Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pengetahuan kepada mahasiswa mereka sehingga menjadikan mereka terus berkembang serta tumbuh dalam proses pembelajaran.
6. Seluruh Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pelayanan serta bantuan selama menjadi mahasiswa FEB UNAS.
7. Kepada Bapak Mulyanto dan Ibu Dewi Siti Julaiha selaku orang tua penulis yang telah melahirkan dan membesarkan serta senantiasa mendoakan, memberikan motivasi, dukungan, cinta dan kasih sayang yang tulus kepada penulis sehingga penulis mampu menjalani dan menyelesaikan pendidikan dengan baik di Universitas Nasional.
8. Kepada kakak penulis Eka Lestari Ardiyanti dan Silvia Dwi Mulyanti dan adik penulis Reyvan Mulya Nugraha serta saudara sekalian yang senantiasa memberikan semangat dan doa serta cinta dan kasih sayang kepada penulis sehingga penulis terdorong untuk terus belajar dan berkembang menjadi lebih baik.
9. Kepada teman-teman penulis Zefanya Veranov Silitonga, Evira Devianti Ardhana, Adisti Puri Triani, dan Iqbal Razak yang selalu bersama dari semester awal hingga sampai saat ini menyelesaikan pendidikan di Universitas Nasional.
10. Kepada Faradhila Putri Puspita Arum selaku teman kuliah penulis dan juga teman satu kost dengan penulis yang selalu menemani penulis dan menjadi pendengar yang baik ketika penulis merasa sedih serta selalu membantu penulis dengan tulus.
11. Kepada teman-teman sekolah penulis Winda Nurulianti, Arneta Narulita, Lurry Putri Aprilia dan Mutua Suci Ningsih yang selalu ada untuk penulis dan memberikan semangat hingga penulis mampu menyelesaikan pendidikan dengan baik.
12. Kepada anggota grup BTS (*Bangtan Sonyeondan*) Kim Nam-joon, Kim Seok-jin, Min Yoon-gi, Jung Ho-seok, Park Ji-min, Kim Tae-hyung dan Jeon Jeong-guk yang secara tidak langsung memberikan cinta dan motivasi kepada

penulis melalui lagu dan karya serta pencapaian-pencapaian yang membuat penulis terinspirasi.

13. Terakhir penulis sampaikan untuk diri penulis sendiri yang telah mampu bertahan dan terus berusaha sampai saat ini serta senantiasa bertumbuh dan berkembang untuk mewujudkan apa yang menjadi cita-cita penulis.

Penulis berharap dapat memberikan informasi bermanfaat bagi pembaca dan peneliti lainnya. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan masukan dan kritik yang dapat membangun dari pembaca untuk membantu dalam memperluas pengetahuan penulis serta sebagai bagian dari proses pembelajaran yang berkelanjutan.



Jakarta, 19 Februari 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Noviana Rahmawati', is written over the right side of the logo.

Noviana Rahmawati  
NPM: 203402516159

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)</b>	
<b>HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>ABSTRAK</b>	
<i>ABSTRACT</i>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian.....	7
2. Kegunaan Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	9
1. Pengertian Pemasaran.....	9
2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
B. <i>E-commerce</i> .....	10
C. Promo Gratis Ongkir .....	11
1. Pengertian Promo Gratis Ongkir .....	11
2. Syarat dan Ketentuan dalam Promo Gratis Ongkir .....	12
3. Cara Penawaran Pengiriman Gratis Ongkir .....	12
4. Indikator Promo Gratis Ongkir.....	13
D. <i>Brand Ambassador</i> .....	14
1. Pengertian <i>Brand Ambassador</i> .....	14
2. Fungsi dan Manfaat <i>Brand Ambassador</i> .....	14

3.	Karakteristik <i>Brand Ambassador</i> .....	15
4.	Indikator <i>Brand Ambassador</i> .....	17
E.	Kemudahan Penggunaan .....	18
1.	Pengertian Kemudahan Penggunaan .....	18
2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemudahan Penggunaan.....	19
3.	Kemudahan Penggunaan Pada <i>E-commerce</i> .....	19
4.	Indikator Kemudahan Penggunaan.....	20
F.	Keputusan Pembelian .....	21
1.	Pengertian Keputusan Pembelian .....	21
2.	Proses Keputusan Pembelian.....	22
3.	Peran Konsumen dalam Keputusan Pembelian.....	22
4.	Indikator Keputusan Pembelian .....	23
G.	Keterkaitan antar Variabel Penelitian.....	24
1.	Hubungan antara Promo Gratis Ongkir dengan Keputusan Pembelian.....	24
2.	Hubungan antara <i>Brand Ambassador</i> dengan Keputusan Pembelian .....	24
3.	Hubungan antara Kemudahan Penggunaan dengan Keputusan Pembelian.....	25
H.	Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian.....	25
I.	Kerangka Analisis .....	28
J.	Hipotesis .....	29
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
A.	Objek Penelitian .....	30
B.	Data Penelitian.....	30
1.	Sumber Data dan Jenis Data.....	30
a.	Sumber Data .....	30
b.	Jenis Data .....	30
2.	Populasi dan Sampel.....	31
a.	Populasi .....	31
b.	Sampel.....	31
3.	Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	32

C. Definisi Operasional Variabel .....	33
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	34
1. Metode Analisis.....	34
a. Metode Analisis Deskriptif .....	34
b. Metode Analisis Inferensial.....	35
2. Pengujian Hipotesis .....	35
a. Uji Instrumen.....	35
b. Uji Asumsi Klasik .....	36
c. Uji Kelayakan Model .....	38
d. Uji Hipotesis (Uji t).....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
A. Hasil Penelitian.....	40
1. Deskripsi Data Penelitian .....	40
2. Karakteristik Responden .....	42
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	46
B. Pembahasan .....	62
1. Pengaruh Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian .	62
2. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian....	63
3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian	
.....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung Situs e-commerce pada Kuartal I-III tahun 2023 .....	2
Tabel 1.2 Riset Persaingan Pasar Industri e-commerce tahun 2022 .....	3
Tabel 2.3 Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian .....	25
Tabel 3.4 Pengukuran Skala Likert.....	32
Tabel 3.5 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia Generasi Z.....	43
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	44
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	45
Tabel 4.10 Total Mean dan Average Total Mean Promo Gratis Ongkir (X1).....	47
Tabel 4.11 Total Mean dan Average Total Mean Branda Ambassador (X2) .....	48
Tabel 4.12 Total Mean dan Average Total Mean Kemudahan Penggunaan (X3) .....	49
Tabel 4.13 Total Mean dan Average Total Mean Keputusan Pembelian (Y).....	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Promo Gratis Ongkir (X1) .....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Brand Ambassador (X2) .....	51
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Kemudahan Penggunaan (X3) .....	52
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	52
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas .....	54
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.21 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	57
Tabel 4.22 Hasil Uji Autokorelasi .....	58
Tabel 4.23 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	59
Tabel 4.24 Hasil Uji Statistik (F) .....	60
Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	61
Tabel 4.26 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) .....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian .....	22
Gambar 2.2 Kerangka Analisis .....	28
Gambar 4.3 Logo Lazada .....	41
Gambar 4.4 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Gambar 4.5 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia Generasi Z .....	44
Gambar 4.6 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan...	45
Gambar 4.7 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	46
Gambar 4.8 Normal P-Plot.....	55

