

**PENGARUH STRATEGI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA PLATFORM SHOPEE DI KOTA
PALEMBANG**

S K R I P S I



Oleh :

**PUTRI AMELIA
21220009
MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS IBA
PALEMBANG
2025**

**PENGARUH STRATEGI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA PLATFORM SHOPEE DI KOTA
PALEMBANG**

S K R I P S I

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi**



Oleh :

**PUTRI AMELIA
21220009
MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS IBA
PALEMBANG
2025**

S K R I P S I
PENGARUH STRATEGI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA PLATFORM SHOPEE DI KOTA
PALEMBANG

Dipersiapkan dan disusun oleh :

PUTRI AMELIA
21220009
MANAJEMEN

Telah Dipertahankan di Depan Tim
Penguji Pada Tanggal 16 Juni 2025
Dan Dinyatakan Memenuhi Syarat

TIM PENGUJI

Ketua : Esty Naruliza, S.E.,MP

Anggota : Asma Mario, S.E., MM

Anggota : Sri Ermeila, S.E., M.Si



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Esty Naruliza, S.E., M.P



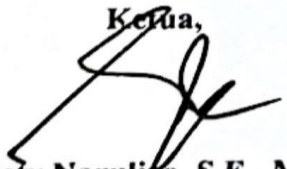
**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS IBA
PALEMBANG**

**TANDA PERSETUJUAN
SKRIPSI**

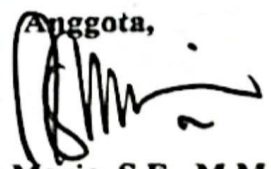
Nama : PUTRIAMELIA
NPM : 21220009
Mata Kuliah Pokok : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Penelitian : PENGARUH STRATEGI HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
PLATFORM SHOPEE DI KOTA PALEMBANG
Tanggal Persetujuan : 16 Juni 2025

PEMBIMBING SKRIPSI

Ketua,


Esty Naruliza, S.E., M.P

Anggota,


Asma Mario, S.E., M.M

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Esty Naruliza, S.E., M.P

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Putri Amelia
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 30 Januari 2003
Program Studi : Manajemen
NPM : 21220009

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Semua data informasi, interpretasi, dan pernyataan yang terdapat dalam pembahasan dan kesimpulan karya ilmiah ini, kecuali yang mencantumkan sumber, adalah hasil pengamatan, penelitian analisis, serta pemikiran saya dengan bimbingan dari pembimbing yang ditunjuk.
2. Karya ilmiah merupakan hasil tulisan asli saya yang belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas IBA maupun di institusi pendidikan tinggi lainnya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kejujuran dan kesesungguhan hati. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya siap menerima sanksi akademis, termasuk pencabutan gelar yang diperoleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 16 Juni 2025

Pernyataan

METER TEMPEL
442AMX423439311

Putri Amelia

NPM 21220009

ABSTRAK

PENGARUH STRATEGI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PLATFORM SHOPEE DI KOTA PALEMBANG

Oleh
PUTRI AMELIA

Penulisan skripsi ini atas bimbingan:

Esty Naruliza, SE.MP

Sebagai Ketua

Asma Mario, SE.MM

Sebagai Anggota

Pertumbuhan *e-commerce* mendorong perubahan signifikan dalam perilaku konsumen, termasuk meningkatnya penggunaan platform Shopee yang menguasai 36% pasar di Indonesia. Strategi harga (X_1) adalah pendekatan yang digunakan untuk menetapkan harga produk dengan mempertimbangkan faktor biaya, permintaan dan persaingan. Promosi (X_2) adalah serangkaian aktivitas yang digunakan untuk membujuk konsumen agar melakukan pembelian. Loyalitas konsumen (Y) adalah perilaku komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk yang di sukai di masa depan, meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi harga dan promosi terhadap loyalitas konsumen Shopee di kota Palembang baik secara simultan maupun parsial.

Objek yang menjadi bahan penelitian adalah konsumen platform Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode *accidental sampling* kepada 272 responden dengan error level 10% atau 0,1. Data yang digunakan adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada konsumen Shopee di kota Palembang. Pengujian dilakukan dengan SPSS versi 26 melalui uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,493 atau 49,3% dan sisanya 50,7% dipengaruhi oleh variabel lain. Ini menunjukkan 49,3% loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh variabel strategi harga dan promosi. Sedangkan strategi harga memberikan kontribusi sebesar 28,4% dan promosi memberikan kontribusi sebesar 20,8% terhadap loyalitas konsumen.

Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan dan parsial strategi harga dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen pada platform Shopee di kota Palembang. Dengan ini hipotesis penelitian yang diajukan sebelumnya dapat diterima karena terbukti kebenarannya. Terdapat pengaruh positif antara strategi harga dan promosi yang meningkatkan loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Strategi Harga, Promosi, Loyalitas Konsumen, Shopee

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRICING AND PROMOTION STRATEGIES ON CONSUMER LOYALTY ON THE SHOPEE PLATFORM IN PALEMBANG CITY

By
PUTRI AMELIA

The writing of this thesis was under the guidance of:

Esty Naruliza, SE. MP

As Chairman

Asma Mario, SE. MM

As a Member

The growth of *e-commerce* is driving significant changes in consumer behavior, including the increasing use of the Shopee platform which controls 36% of the market in Indonesia. A pricing strategy (X_1) is an approach used to set the price of a product taking into account cost, demand and competition factors. Promotions (X_2) are a series of activities used to persuade consumers to make a purchase. Consumer loyalty (Y) is a deeply held commitment behavior to buy or re-endorse a preferred product in the future, even though the influence of the situation and marketing efforts has the potential to cause customers to switch. This study aims to determine the influence of price and promotion strategies on Shopee consumer loyalty in the city of Palembang both simultaneously and partially.

The object of the research is the consumer of the Shopee platform. This study used a quantitative descriptive approach using *the accidental sampling* method to 272 respondents with an error level of 10% or 0.1. The data used is primary data by distributing questionnaires through *google forms* to Shopee consumers in the city of Palembang. The test was carried out with SPSS version 26 through validity and reliability tests, classical assumption tests and hypothesis tests. The results showed that the value of the determination coefficient (R^2) was 0.493 or 49.3% and the remaining 50.7% was influenced by other variables. This shows that 49.3% of consumer loyalty can be explained by the variables of pricing and promotion strategies. Meanwhile, price strategy contributes 28.4% and promotion contributes 20.8% to consumer loyalty.

Therefore, it can be concluded that simultaneously and partially the price and promotion strategy has a significant effect on consumer loyalty on the Shopee platform in the city of Palembang. With this, the research hypothesis proposed previously is acceptable because it is proven to be true. There is a positive influence between pricing strategies and promotions that increase consumer loyalty.

Keywords: *Price Strategy, Promotion, Consumer Loyalty, Shopee*