

## SKRIPSI

# **Analisis Pengaruh Diskon Harga (*Price Discount*), Kualitas Web (*Web Quality*), dan Keterlibatan Produk (*Product Involvement*) terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih *Marketplace* saat *Flash Sale***

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Soegijapranata



Nama Mahasiswa :

**Tan, Matthew Jason Setiawan**

**21.D1.0044**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG**

**2026**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Diskon Harga (*price discount*), Kualitas Web (*web quality*), dan Keterlibatan Produk (*product involvement*) terhadap keputusan konsumen dalam memilih *marketplace* saat program *flash sale* berlangsung.

Penelitian kuantitatif ini mengambil lokasi di Kota Semarang dengan populasi Generasi Z dan Y yang aktif menggunakan *marketplace*. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner berbasis Google *Form*, sedangkan teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif, uji regresi linier berganda, uji *t* (parsial), serta uji *f* (simultan).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Diskon Harga, Kualitas Web, dan Keterlibatan Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih *marketplace*. Di antara ketiga variabel independen tersebut, Keterlibatan Produk menjadi variabel yang memberikan pengaruh paling banyak terhadap keputusan konsumen. Secara simultan, ketiga variabel independen tersebut juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan *marketplace*. Dengan demikian, keberhasilan *marketplace* dalam menarik konsumen saat *flash sale* sangat ditentukan oleh penggabungan penawaran diskon yang kompetitif, stabilitas infrastruktur aplikasi yang andal, serta penyediaan produk yang relevan dan diminati oleh konsumen.

Kata Kunci: Diskon Harga, Kualitas Web, Keterlibatan Produk, Keputusan Pemilihan Marketplace, Flash Sale.