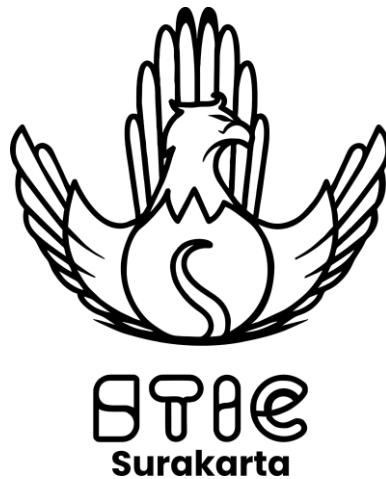


**PENGARUH PROMOSI EVENT SHOPEE TANGGAL KEMBAR
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO
RESELLER ELLA SKINCARE DI SHOPEE**



TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Fina Febriana

NIM. 22120115

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir

**PENGARUH PROMOSI EVENT SHOPEE TANGGAL KEMBAR
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO
RESELLER ELLA SKINCARE DI SHOPEE**

Oleh:

Fina Febriana

NIM. 22120115

Disetujui dan dipertahankan di hadapan

Dewan Penguji Tugas Akhir Program Studi SI Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 03 Februari 2026

Dosen Pembimbing



Juni Kristanto, S.M., M.M.
NUPTK. 4961776677130212

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Tugas Akhir

PENGARUH PROMOSI EVENT SHOPEE TANGGAL KEMBAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO RESELLER ELLA SKINCARE DI SHOPEE

Oleh:

Fina Febriana

NIM. 22120115

Telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Tugas Akhir

Program Studi S1 Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 10 Maret 2026 :

Juni Kristanto, S.M., M.M.

Ketua

Gilang Habib Azky Pratama H.P, S.Pd.

Anggota

: 

Mengetahui

Kepala STIE Surakarta


Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.
NUPTK. 5438767668131040

Kepala Program Studi S1 Manajemen


Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.
NUPTK. 0256772673130313

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fina Febriana

NIM : 22120115

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul:

“Pengaruh Promosi Event Shopee Tanggal Kembar terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Reseller Ella Skincare di Shopee” adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam Tugas Akhir ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Tugas Akhir dan gelar yang saya peroleh dari Tugas Akhir ini.

Sukoharjo, 03 Februari 2026

Yang Membuat Pernyataan,



Fina Febriana

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum
hingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”

(QS. Ar-Ra’d: 11)

Kerja keras, ketekunan, dan kesabaran adalah bentuk ikhtiar manusia,
sedangkan hasil terbaik adalah hak prerogatif Tuhan Yang Maha Membantu.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh rasa syukur dan penghargaan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral, serta semangat tanpa henti, sehingga penulis mampu menyelesaikan pendidikan dan penyusunan skripsi ini.
2. Dosen pembimbing dan seluruh dosen pengajar, yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta ilmu pengetahuan yang sangat berarti selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi.
3. Diri penulis sendiri, yang telah berusaha bertahan, bekerja keras, dan tetap berkomitmen menyelesaikan skripsi ini di tengah tuntutan pekerjaan dan keterbatasan waktu.
4. Rekan-rekan kerja satu divisi, yang telah memberikan dukungan, pengertian, serta semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini, dan memaklumi keterbatasan waktu penulis dalam menyelesaikan tanggung jawab akademik.
5. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan, doa, serta dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini dipersembahkan sebagai bentuk tanggung jawab akademik dan bukti nyata atas proses belajar, usaha, dan ketekunan yang telah dilalui oleh penulis.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan pertolongan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada program studi yang ditempuh oleh penulis.

Penelitian ini mengkaji pengaruh promosi event tanggal kembar Shopee terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Reseller Ella Skincare di Shopee. Pemilihan objek penelitian didasarkan pada pengalaman langsung penulis sebagai pemilik dan pengelola toko reseller, sehingga data yang digunakan merupakan data penjualan aktual yang mencerminkan kondisi riil aktivitas transaksi di marketplace.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa terdapat berbagai keterbatasan, baik dari segi waktu maupun tenaga, mengingat penulis juga memiliki tanggung jawab pekerjaan di luar kegiatan akademik. Namun, berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dosen pembimbing, yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen pengajar, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan selama masa perkuliahan.
3. Orang tua dan keluarga, yang selalu memberikan doa, motivasi, dan dukungan kepada penulis.
4. Rekan-rekan kerja satu divisi, yang telah memberikan pengertian, dukungan, serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu penulis dalam bentuk apa pun selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan penelitian ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Boyolali, 03 Februari 2026

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a final horizontal stroke.

Fina Febriana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	9
A. Landasan Teori	9
B. Penelitian Terdahulu	12
C. Kerangka Konseptual.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Desain Penelitian	24
B. Objek dan Lokasi Penelitian	25
C. Variabel Penelitian.....	25
D. Definisi Operasional Variabel	26
E. Jenis dan Sumber Data.....	26
F. Teknik Pengumpulan Data.....	27
G. Teknik Analisis Data	27

H. Kerangka Analisis Penelitian.....	28
I. Tahapan Penelitian.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	29
B. Deskripsi Data Penjualan dan Analisis Bulan November 2025	30
1. Gambaran Umum Performa Penjualan November 2025	30
2. Perbandingan Hari Biasa dan Hari Event (11.11)	32
3. Pola Fluktuasi Penjualan Harian November 2025.....	35
4. Implikasi Temuan November terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	36
C. Deskripsi Data Penjualan dan Analisis Bulan Desember 2025	37
1. Gambaran Umum Performa Penjualan Desember 2025.....	37
2. Perbandingan Hari Biasa dan Hari Event (12.12)	40
3. Pola Fluktuasi Penjualan Harian Desember 2025	42
4. Implikasi Temuan Desember terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	45
D. Deskripsi Data Penjualan Bulan Januari 2026.....	48
1. Gambaran Umum Performa Penjualan Januari 2026	48
2. Perbandingan Hari Biasa dan Hari Event (1.1)	50
3. Pola Fluktuasi Penjualan Harian Januari 2026	53
4. Implikasi Temuan Januari terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran	58
C. Penutup	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia	1
Gambar 1.2	Grafik Kunjungan Global Marketplace melalui Website dan Aplikasi.....	2
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	22
Gambar 4.1	Grafik Perbandingan Total Pengunjung, Pembeli, Produk Dipesan, dan Tingkat Konversi pada Hari Biasa dan Hari Event 11.11	34
Gambar 4.2	Grafik Perbandingan Total Penjualan pada Hari Biasa dan Hari Event 11.11	35
Gambar 4.3	Grafik Perbandingan Total Pengunjung, Pembeli, Produk Dipesan, dan Tingkat Konversi pada Hari Biasa dan Hari Event 12.12	44
Gambar 4.4	Grafik Perbandingan Total Penjualan pada Hari Biasa dan Hari Event 12.12	45
Gambar 4.5	Grafik Perbandingan Total Pengunjung, Pembeli, Produk Dipesan, dan Tingkat Konversi pada Hari Biasa dan Hari Event 1.1	53
Gambar 4.6	Grafik Perbandingan Total Penjualan pada Hari Biasa dan Hari Event 1.1	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2.2 Riset Gap Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel 4.1 Data Penjualan Online Harian Toko Reseller Ella Skincare Periode 01-30 November 2025.....	31
Tabel 4.2 Ringkasan Performa Penjualan Toko Reseller Ella Skincare Bulan November 2025	32
Tabel 4.3 Perbandingan Performa Hari Event 11.11 dan Hari Biasa November 2025	34
Tabel 4.4 Data Performa Penjualan Harian Toko Reseller Ella Skincare Periode 01-31 Desember 2025	38
Tabel 4.5 Ringkasan Performa Penjualan Toko Reseller Ella Skincare Bulan Desember 2025	40
Tabel 4.6 Perbandingan Performa Hari Event 12.12 dan Hari Biasa Desember 2025	44
Tabel 4.7 Data Performa Penjualan Harian Toko Reseller Ella Skincare Periode 01-19 Januari 2026	49
Tabel 4.8 Ringkasan Performa Penjualan Toko Reseller Ella Skincare Bulan Januari 2026.....	50
Tabel 4.9 Perbandingan Performa Hari Event 1.1 dan Hari Biasa Januari 2026.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Grafik Pengunjung, Pembeli, Produk dipesan & Konversi Hari Biasa
vs Hari Event pada Shopee Seller Centre (November 2025)
- Lampiran 2. Grafik Pengunjung, Pembeli, Produk dipesan & Konversi Hari Biasa
vs Hari Event pada Shopee Seller Centre (Desember 2025)
- Lampiran 3. Grafik Pengunjung, Pembeli, Produk dipesan & Konversi Hari Biasa
vs Hari Event pada Shopee Seller Centre (Januari 2026)

ABSTRAK

FINA FEBRIANA, 22120115. PENGARUH PROMOSI EVENT SHOPEE TANGGAL KEMBAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO RESELLER ELLA SKINCARE DI SHOPEE.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi event Shopee tanggal kembar terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Reseller Ella Skincare di marketplace Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan memanfaatkan data sekunder berupa data performa penjualan toko yang diperoleh dari *Shopee Seller Centre*. Data penelitian mencakup periode November 2025 hingga Januari 2026, yang dianalisis berdasarkan indikator jumlah pengunjung, jumlah pembeli, jumlah pesanan, nilai penjualan, dan tingkat konversi. Analisis dilakukan dengan membandingkan performa penjualan pada hari event tanggal kembar dan hari biasa untuk melihat perubahan keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa event promosi Shopee tanggal kembar memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan keputusan pembelian konsumen. Peningkatan tersebut tercermin dari lonjakan jumlah pengunjung, jumlah pembeli, nilai penjualan, serta tingkat konversi pada hari event dibandingkan hari biasa. Namun, dampak promosi bersifat jangka pendek dan cenderung menurun setelah periode event berakhir. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa promosi berbasis event tanggal kembar efektif dalam mendorong keputusan pembelian konsumen dalam jangka pendek dan dapat dimanfaatkan secara strategis oleh pelaku usaha reseller dalam meningkatkan performa penjualan di marketplace.

Kata kunci: Promosi Penjualan, Event Tanggal Kembar, Keputusan Pembelian, Marketplace, Shopee.

ABSTRACT

FINA FEBRIANA, 22120115. THE EFFECT OF SHOPEE DOUBLE DATE PROMOTIONAL EVENTS ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS AT ELLA SKINCARE RESELLER STORE ON SHOPEE.

This study aims to analyze the effect of Shopee double date promotional events on consumer purchase decisions at the Ella Skincare Reseller Store on the Shopee marketplace. The study employs a quantitative descriptive approach using secondary data obtained from Shopee Seller Centre. The research data cover the period from November 2025 to January 2026 and are analyzed based on several performance indicators, including the number of visitors, buyers, orders, sales value, and conversion rate. The analysis focuses on comparing sales performance between double date event days and regular days to identify changes in consumer purchase decisions. The results indicate that Shopee double date promotional events have a significant impact on increasing consumer purchase decisions. This impact is reflected in the substantial increase in traffic, number of buyers, sales value, and conversion rates during the event days. However, the effect of the promotion tends to be short-term and decreases after the event period ends. These findings suggest that double date promotional events are effective as short-term marketing strategies and can be strategically utilized by reseller businesses to improve sales performance on marketplace platforms.

Keywords: Sales Promotion, Double Date Event, Purchase Decision, Marketplace, Shopee.