

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION* DAN
FLASH SALE TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA
E-COMMERCE SHOPEE**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

SKRIPSI

OLEH:

ANANDA SEFITA WAHYUDI

202110325202



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* dan *Flash Sale* terhadap *Impulsive Buying* pada e-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Nama Mahasiswa : Ananda Sefita Wahyudi

Nomor Pokok : 202110325202

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

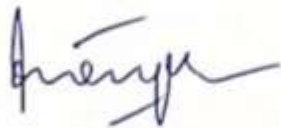
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 25 Juli 2025

Jakarta, 1 Agustus 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Dr. Murti Wijayanti, S.E., Ak., M.M.

NIDN. 0320127504



Dr. Matdio Siahaan, S.E., M.M.

NIDN. 0413047002

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* dan *Flash Sale* terhadap *Impulsive Buying* pada *e-Commerce* Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Ananda Sefita Wahyudi

Nomor Pokok : 202110325202

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 25 Juli 2025

Jakarta, 1 Agustus 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Ari Sulistyowati, S.E., M.M.
NIDN. 0331078303

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M.
NIDN. 0314118601

Penguji : Dr. Murti Wijayanti, S.E., Ak., M.M.
NIDN. 0320127504

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Dekan

Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Ananda Sefita Wahyudi
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325202
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 23 September 2003
Alamat : Villa Gading Harapan 5 Blok N6 No. 17, Satria Mekar, Tambun Utara, Kabupaten Bekasi.

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul “Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* dan *Flash Sale* terhadap *Impulsive Buying* pada *e-Commerce* Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”. Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasinya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 1 Agustus 2025



Ananda Sefita Wahyudi

202110325202

ABSTRAK

Ananda Sefita Wahyudi, 202110325202. Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* dan *Flash Sale* terhadap *Impulsive Buying* pada *e-Commerce* Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial dan simultan antara *Hedonic Shopping Motivation* dan *Flash Sale* terhadap *Impulsive Buying* pada *e-Commerce* Shopee. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode *non-probability sampling* yang menggunakan teknik sampel yaitu *purposive sampling* disertai perhitungan jumlah sampel dengan rumus slovin. Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dengan sampel 171 responden. Pengolahan data serta pengujian hipotesis menggunakan SPSS versi 25. Berdasarkan hasil penelitian: 1) *Hedonic Shopping Motivation* (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying* (Y), 2) *Flash Sale* (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying* (Y), 3) *Hedonic Shopping Motivation* (X1) dan *Flash Sale* (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying* (Y).

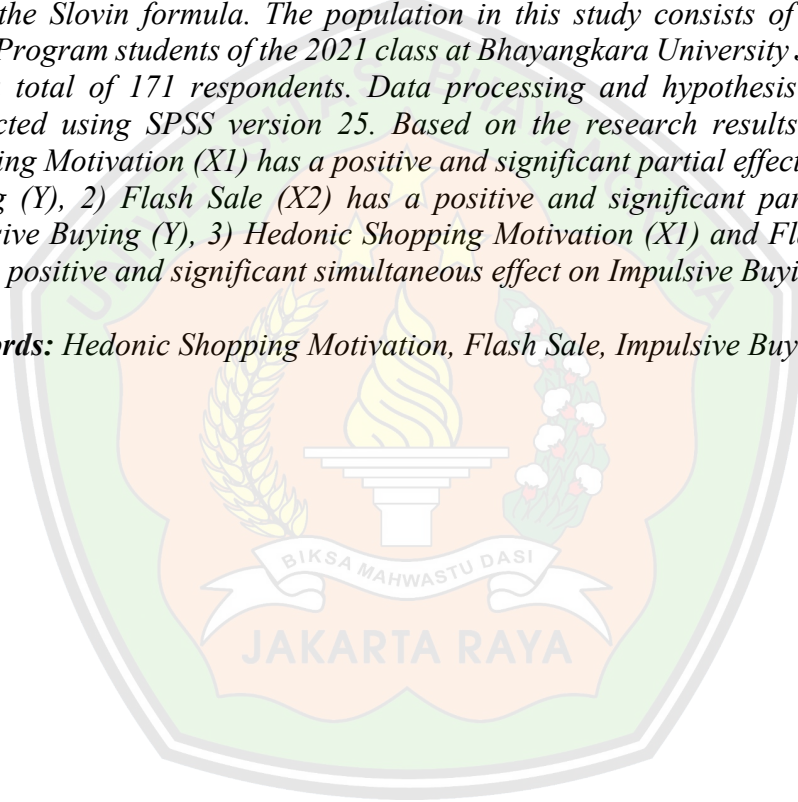
Kata Kunci: *Hedonic Shopping Motivation, Flash Sale, Impulsive Buying.*

ABSTRACT

Ananda Sefita Wahyudi, 202110325202. *The Influence of Hedonic Shopping Motivation and Flash Sales on Impulsive Buying on E-Commerce Shopee (Case Study on Management Students Class of 2021 at Bhayangkara University Jakarta Raya).*

This research aims to determine the partial and simultaneous influence of hedonic shopping motivation and flash sales on impulsive buying on the Shopee e-commerce platform. This is a quantitative study using a non-probability sampling method with a purposive sampling technique, and the sample size was determined using the Slovin formula. The population in this study consists of Management Study Program students of the 2021 class at Bhayangkara University Jakarta Raya, with a total of 171 respondents. Data processing and hypothesis testing were conducted using SPSS version 25. Based on the research results: 1) Hedonic Shopping Motivation (X1) has a positive and significant partial effect on Impulsive Buying (Y), 2) Flash Sale (X2) has a positive and significant partial effect on Impulsive Buying (Y), 3) Hedonic Shopping Motivation (X1) and Flash Sale (X2) have a positive and significant simultaneous effect on Impulsive Buying (Y).

Keywords: *Hedonic Shopping Motivation, Flash Sale, Impulsive Buying.*



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT., yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* dan *Flash Sale* Terhadap *Impulsive Buying* pada *e-Commerce* Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)**". Skripsi ini disusun sebagai persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana (S1) di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Peneliti menyadari bahwa skripsi yang disusun masih belum sempurna. Namun, apa yang tertuang dalam skripsi ini merupakan hasil terbaik dari kemampuan penulis. Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Murti Wijayanti, S.E., Ak., M.M. selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Dr. Matdio Siahaan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II, penulis berterima kasih atas bimbingan, saran, dan semangat yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin.

5. Seluruh Dosen Pengajar Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, yang telah mendidik dan memberikan ilmu dengan tulus dan Ikhlas.
6. Bapak Eka Dedy Wahyudi, bapak kandung yang hingga detik ini keberadaannya masih menjadi tanda tanya dalam hidup penulis. Meski tak pernah hadir dalam keseharian, tak pernah menatap secara langsung proses tumbuh dan belajar ini, namun dalam hati yang paling dalam, penulis tetap menyimpan rasa hormat dan rindu yang tak pernah padam. Nama beliau penulis sematkan dalam skripsi ini bukan sekadar formalitas, melainkan sebagai bentuk cinta yang sunyi dan doa yang tak pernah putus. Semoga di manapun beliau berada, Allah senantiasa menjaga, melapangkan jalan hidupnya, dan suatu saat kelak, jika takdir mengizinkan, bisa kembali dipertemukan dalam keadaan yang indah.
7. Ibu Anis Hendriyana Sari, dan Ayah Cecep Sofyan. Terima kasih atas cinta tanpa syarat yang tak pernah surut, bahkan ketika dunia terasa berat dan jalan terasa sunyi. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Penulis tak akan pernah cukup kata untuk membalas semuanya tapi izinkan gelar ini menjadi sedikit persembahan kecil untuk cinta besar kalian.
8. Piny Rizky Lestari, Arfyani Rizka Syahputri, Abil Shidqi Sofyan selaku kakak dan adik tercinta, yang telah memberikan dukungan moril selama proses penyusunan skripsi ini.

9. Dinar Junisar Lestari dan Easter Aprillina Batubara, teman sejak masa putih abu-abu yang hingga kini masih setia berjalan bersama, meskipun jarak dan waktu sering kali membatasi pertemuan. Kalian selalu menjadi garda terdepan dalam memberi dukungan, mengingatkan dalam doa, dan tak pernah lelah menyemangati di saat-saat sulit. Persahabatan kita adalah anugerah yang tak ternilai.
10. Risqina Puteri dan Suci Maharani, dua orang pertama yang penulis kenal saat awal memasuki dunia perkuliahan. Dari yang awalnya hanya saling sapa, kini telah menjadi teman seperjuangan yang melalui semua ini bersama-sama, jatuh bangun, lelah, panik, sampai tawa lepas di tengah tekanan. Kita sudah melewati banyak hal, dan akhirnya bisa sampai di titik ini. We did it, guys! dan kita pasti bisa terus melangkah lebih jauh lagi.
11. Vira Febianti dan Puspita Ayu Maharani, terima kasih telah bersedia menemani proses ini, membantu di saat penulis merasa buntu, dan menjadi teman seperjuangan yang tak pernah lelah mendukung hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Ridho Riyanto dan Faizal Bagasasi, teman yang selalu ada untuk berbagi pemikiran dan cerita. Terima kasih sudah menjadi tempat untuk bertukar pikiran mulai dari hal serius tentang skripsi sampai obrolan ringan yang kadang tak jelas arahnya tapi selalu merasa lega, menjadi pendengar yang baik saat penulis merasa lelah, dan memberikan perspektif yang sering kali membuka jalan baru.
13. Seluruh teman terdekat dan teman seperjuangan selama masa perkuliahan ini. Kehadiran kalian telah memberikan warna tersendiri dalam perjalanan ini.

14. Ananda Sefita Wahyudi, ya! kepada diri sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih kepada diri sendiri sudah bertahan sejauh ini, melewati banyak malam penuh keraguan, lelah yang tak selalu terlihat, dan hari-hari di mana ingin menyerah terasa lebih mudah. Terima kasih karena tidak memilih menyerah, bahkan ketika tidak ada yang tahu seberapa besar perjuangan yang sebenarnya sedang ditahan, tetap melangkah meski pelan, dan terus percaya bahwa semuanya akan terbayar pada waktunya. Perjalanan ini bukan hanya tentang hasil, tapi tentang keberanian untuk terus mencoba. Adapun kurang dan lebihmu, mari merayakan diri sendiri.

Sebagai akhir kata, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Untuk itu, penulis mengharapkan dengan terbuka setiap kritik dan masukan dalam membangun dan penyempurnaan penulisan skripsi maupun penulisan dimasa mendatang. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pihak dalam pengembangan ilmu dan yang berkepentingan.

Jakarta, 1 Agustus 2025

Ananda Sefita Wahyudi

202110325202

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	11
2.1 Telaah Teoritis	11
2.1.1 Perilaku Konsumen	11
2.1.2 <i>Theory Stimulus-Organism-Response (S-O-R)</i>	12
2.2 <i>Impulsive Buying</i>	13
2.2.1 Pengertian <i>Impulsive Buying</i>	13
2.2.2 Tipe-tipe <i>Impulsive Buying</i>	14
2.2.3 Dimensi yang Mempengaruhi <i>Impulsive Buying</i>	15
2.2.4 Faktor yang Mempengaruhi <i>Impulsive Buying</i>	15
2.2.5 Indikator <i>Impulsive Buying</i>	16

2.3 <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	17
2.3.1 Pengertian <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	17
2.3.2 Faktor yang mempengaruhi <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	17
2.3.3 Indikator <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	18
2.4 <i>Flash Sale</i>	19
2.4.1 Pengertian <i>Flash Sale</i>	19
2.4.2 Kelebihan dan Kekurangan <i>Flash Sale</i>	20
2.4.3 Faktor yang Mempengaruhi <i>Flash Sale</i>	21
2.4.4 Indikator <i>Flash Sale</i>	22
2.5 Telaah Empiris	22
2.6 Kerangka Pemikiran	27
2.7 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Desain Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel	30
3.2.1 Populasi Penelitian	30
3.2.2 Sampel Penelitian	30
3.3 Jenis dan Sumber data	32
3.3.1 Data Primer	32
3.3.2 Data Sekunder	32
3.3.3 Kerangka Konseptual	33
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya	34
3.4.1 Variabel Endogen	34
3.4.2 Variabel Eksogen	34
3.4.3 Skala Pengukuran Kuesioner	35
3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	36
3.5.1 Uji Instrumen Data	36
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	37
3.5.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.5.4 Uji Hipotesis	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43

4.1 Gambaran Umum.....	43
4.1.1 Profil Shopee.....	43
4.1.2 Visi dan Misi Shopee	44
4.1.3 Logo Shopee	45
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 Identitas Responden	46
4.3 Hasil Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	50
4.3.1 Analisis Deskriptif <i>Hedonic Shopping Motivation</i> (X1).....	50
4.3.2 Analisis Deskriptif <i>Flash Sale</i> (X2).....	51
4.3.3 Analisis Deskriptif <i>Impulsive Buying</i> (Y)	52
4.4 Uji Instrumen Data.....	53
4.4.1 Uji Validitas.....	53
4.4.2 Uji Reliabilitas	55
4.5 Uji Asumsi Klasik	56
4.5.1 Uji Normalitas	56
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	58
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	59
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	61
4.7 Uji Hipotesis	62
4.7.1 Uji t (Uji Parsial).....	62
4.7.2 Uji F (Uji Simultan)	64
4.7.3 Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	65
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	66
4.8.1 Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> (X1) terhadap <i>Impulsive Buying</i> (Y).....	67
4.8.2 Pengaruh <i>Flash Sale</i> (X2) terhadap <i>Impulsive Buying</i> (Y).....	69
4.8.3 Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> (X1) dan <i>Flash Sale</i> (X2) terhadap <i>Impulsive Buying</i> (Y).....	71
BAB V PENUTUP	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Keterbatasan Penelitian	75

5.3 Implikasi Manajerial	75
5.3.1 Bagi Perusahaan (Shopee).....	75
5.3.2 Bagi Konsumen (Mahasiswa)	76
5.3.3 Bagi Penelitian Selanjutnya	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Beberapa e-commerce yang ada di Indonesia	2
Gambar 1.2 Hasil Pra-survey Mengenai Impulsive Buying	3
Gambar 1.3 Hasil Pra-survey pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya	5
Gambar 2.1 Model Teori S-O-R	13
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual Penelitian	33
Gambar 4.1 Logo Shopee	45
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-P Plot	58
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra-Survey Mahasiswa Universitas Bhayangkara yang menggunakan e-commerce Shopee	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Operasional Variabel	34
Tabel 3.2 Skala Likert	35
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku Perbulan	48
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Berbelanja Perbulan.....	49
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Hedonic Shopping Motivation (X1)	50
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Flash Sale (X2)	51
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Impulsive Buying (Y)	52
Tabel 4.8 Uji Validitas Hedonic Shopping Motivation (X1).....	53
Tabel 4.9 Uji Validitas Flash Sale (X2).....	54
Tabel 4.10 Uji Validitas Impulsive Buying (Y).....	54
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Hedonic Shopping Motivation (X1)	55
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Flash Sale (X2)	55
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Impulsive Buying (Y)	56
Tabel 4.14 Hasil Kolmogorov-Smirnov Test	57
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4.16 Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.17 Hasil Uji t (Uji Parsial).....	63
Tabel 4.18 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	65
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	84
Lampiran 2 : SURAT BALASAN PENELITIAN	85
Lampiran 3 : UJI PLAGIARISME	86
Lampiran 4 : UJI REFERENSI SKRIPSI	88
Lampiran 5 : KUESIONER PENELITIAN	98
Lampiran 6 : DATA TABULASI HASIL KUESIONER	102
Lampiran 7 : OUTPUT HASIL UJI SPSS 25	117
Lampiran 8 : TABEL R, TABEL T, TABEL F	123
Lampiran 9 : BUKU BIMBINGAN.....	126
Lampiran 10 : DAFTAR RIWAYAT HIDUP	129

