

**PENGARUH DISKON, DESAIN PRODUK DAN *HEDONIC*
SHOPPING MOTIVATION TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF DI MARKETPLACE SHOPEE
(Survey Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)**

SKRIPSI

Oleh:
Sarah Fadilah
202010325446



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Diskon, Desain Produk dan
Hedonic Shopping Motivation Terhadap
Pembelian Impulsif di Marketplace Shopee
(Survey Pada Mahasiswa Manajemen
Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara
Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Sarah Fadilah
Nomor Pokok : 202010325446
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 29 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Dhan Tyas Untari, S.E., M.M., MBA

NIDN. 0309048102


Dr. Andrian, SE., MM.

NIDN. 0321077102

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Diskon, Desain Produk dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif di Marketplace Shopee (Survei Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Nama Mahasiswa : Sarah Fadilah

Nomor Pokok : 202010325446

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 30 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim : Dr. Joseph Martinio Jocien Renwarin, SE., MM

Penguji : NIDN.0313036802

Sekretaris Tim : Widi Winarso, SE., MM

Penguji : NIDN.0319067606

Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA

NIDN.0309048102

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

NIDN. 0327037601

Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak

NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarah Fadilah
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325446
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 11 Maret 2002
Alamat : Jl pkl. 5 Kp ciketing timur rt 02/rw05,
Bantargebang, Kota. Bekasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh Diskon, Desain Produk dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif (Survey pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020 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, 29 Juli 2024
Yang Membuat Pernyataan,



Sarah Fadilah
202010325446

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Diskon, Desain Produk dan *Hedonic Shopping Motivation* terhadap Pembelian Impulsif di *Marketplace* Shopee (Survey pada mahasiswa manajemen angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa manajemen angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang menggunakan *marketplace* Shopee. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampel jenuh dengan kriteria. Jumlah responden adalah 107. Pengujian dan analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan *software* SPSS versi 26.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa (1) Diskon berpengaruh dan signifikan terhadap Pembelian Impulsif; (2) *Hedonic Shopping Motivation* berpengaruh dan signifikan terhadap Pembelian Impulsif; (3) Desain Produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Pembelian Impulsif; (4) Diskon, Desain Produk dan *Hedonic Shopping Motivation* secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Pembelian Impulsif.

Kata Kunci : Diskon, Desain Produk, Hedonic Shopping Motivation, Pembelian Impulsif

ABSTRACT

This study aims to test and analyze the effect of Discounts, Product Design and Hedonic Shopping Motivation on Impulse Purchases at Shopee Marketplace (Survey on management students class 2020 Bhayangkara University Jakarta Raya). This study uses quantitative research methods with the data collection technique used is the distribution of questionnaires. The population in this study were 2020 class management students at Bhayangkara University, Greater Jakarta who used the Shopee marketplace. Sampling using saturated sample technique with criteria. The number of respondents was 107. Testing and data analysis in this study were carried out using SPSS version 26 software.

The results of this study found that (1) Discounts have an effect and are significant on Impulse Purchases; (2) Hedonic Shopping Motivation has an effect and is significant on Impulse Purchases; (3) Product Design has no effect and is not significant on Impulse Purchases; (4) Discounts, Product Design and Hedonic Shopping Motivation together have an effect and are significant on Impulse Purchases.

Keywords: Discount, Product Design, Hedonic Shopping Motivation, Impulse Buying

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir/skripsi yang berjudul **“Pengaruh Diskon, Desain Produk dan Hedonic Shopping Motivation terhadap Pembelian Impulsif di Marketplace Shopee”**.

Penulisan ini dilakukan guna memenuhi tugas akhir sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam penulisan skripsi ini, penulis masih banyak kekurangan, keterbatasan dalam menyampaikan teori, dan ketidaksempurnaan. Maka, penulis dibantu berbagai pihak yang membimbing, memberi dukungan, doa, dan material yang sangat bermanfaat bagi penulis. Maka dari itu, dengan segala hormat dan dari lubuk hati terdalam penulis menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada:

1. Irjen. Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M Selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Widi Winarso, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu membimbing dan menjadi orang tua saya di kampus selama ini.
5. Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA Selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah bersedia untuk membimbing dan memberi arahan dalam

penulisan skripsi sampai selesai.

6. Dr. Andrian, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah bersedia untuk membimbing dan memberi arahan dalam penulisan skripsi sampai selesai.
7. Teruntuk ibu tercinta Anih yang selalu mendukung, mendoakan dan memberikan kasih sayang tanpa henti.
8. Kepada kakak Nur Halimah dan Tarda atas dukungan dan doa nya untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik
9. Teruntuk teman-teman saya (Haikal, Galuh, Prima, Via, Tia, Elma, Anah, Amel, Silvi) yang sudah mendukung, membantu dan memberikan semangat kepada penulis
10. Kepada diri ini yang sudah kuat dan bertahan

Penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan terbatasnya dalam penyampaianya. Maka, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran agar lebih baik di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan ilmu dan manfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, 29 Juli 2024

Sarah Fadilah

DAFTAR ISI

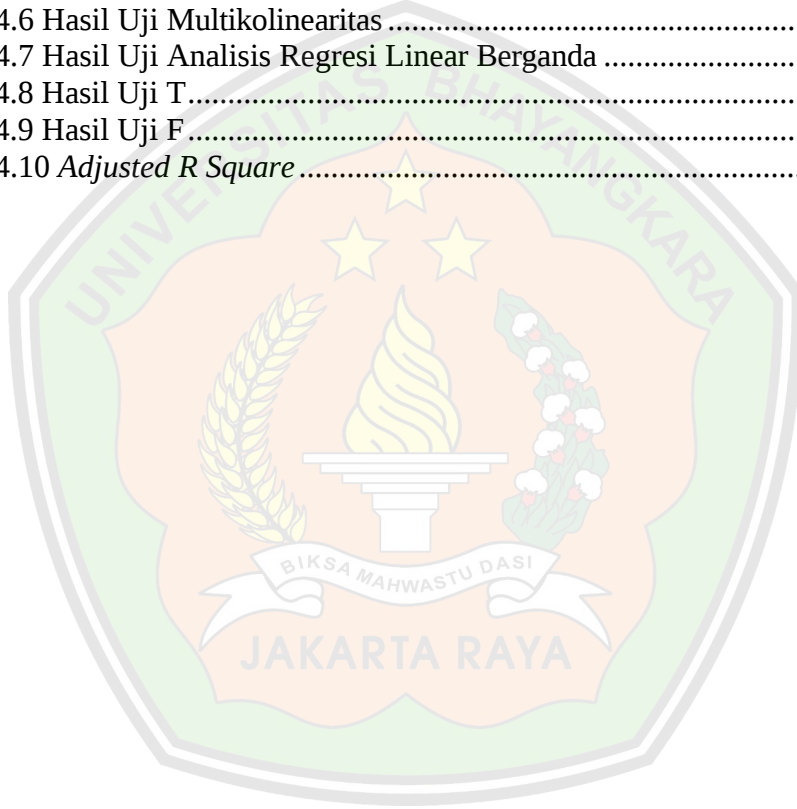
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
10.1 Latar Belakang	1
10.2 Rumusan Masalah.....	7
10.3 Tujuan Penelitian	7
10.4 Manfaat Penelitian	8
10.5 Sistematika Tugas Akhir.....	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Perilaku Konsumen.....	10
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	10
2.1.2 Faktor Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	11
2.1.3 Model Model Perilaku Konsumen	12
2.2 Pembelian Impulsif	15
2.2.1 Pengertian Pembelian Impulsif	15
2.2.2 Indikator Pembelian Impulsif.....	17
2.2.3 Faktor Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif.....	18
2.3 Diskon.....	19
2.3.1 Pengertian Diskon	19
2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Diskon.....	21
2.3.3 Indikator Diskon.....	23

2.4	Desain Produk.....	24
2.4.1	Pengertian Desain Produk	24
2.4.2	Indikator Desain Produk.....	24
2.5	<i>Hedonic Shopping Motivation</i>	25
2.5.1	Pengertian <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	25
2.5.2	Indikator <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	25
2.6	Penelitian Terdahulu	27
2.7	Kerangka Pemikiran.....	32
2.8	Hipotesis Penelitian	32
BAB III.	MATERI DAN METODE	35
3.1	Desain Penelitian	35
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian.....	35
3.2.1	Waktu Penelitian	35
3.2.2	Tempat Penelitian	36
3.3	Tahapan Penelitian.....	36
3.4	Populasi dan Sampel.....	37
3.4.1	Populasi	37
3.4.2	Sampel.....	37
3.4.3	Teknik Sampling	37
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	38
3.5.1	Jenis Data	38
3.5.2	Sumber Data	38
3.6	Operasional, Variabel, dan Skala Pengukuran.....	39
3.6.1	Jenis Data	39
3.6.2	Skala Pengukuran	41
3.7	Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	41
3.7.1	Uji Validitas	41
3.7.2	Uji Realibilitas.....	42
3.7.3	Uji Normalitas	42
3.7.4	Uji Multikolinearitas.....	43
3.7.5	Uji Heteroskadasititas	43
3.7.6	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
3.8	Uji Hipotesis	44
3.8.1	Uji Kelayakan Parsial (Uji t).....	44
3.8.2	Uji Kelayakan (Uji F).....	45
3.8.3	Adjusted R Square.....	46
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	47
4.1.1	Profil Singkat Perusahaan.....	47
4.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	48
4.2.1	Identitas Responden.....	49
4.3	Uji Instrumen	50
4.3.1	Uji Validitas	50
4.3.2	Uji Realibilitas.....	51

4.3.3 Uji Normalitas	51
4.3.4 Uji Multikolinearitas.....	53
4.3.5 Uji Heteroskadasititas	53
4.3.6 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
4.4 Uji Hipotesis	56
4.4.1 Uji Kelayakan Parsial (Uji t).....	56
4.4.2 Uji Kelayakan (Uji F).....	58
4.4.3 Adjusted R Square.....	59
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	60
4.5.1 Pengaruh Diskon Terhadap Pembelian Impulsif.....	60
4.5.2 Pengaruh Desain Produk Terhadap Pembelian Impulsif.....	61
4.5.3 Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian impulsif.....	62
4.5.4 Pengaruh Diskon, Desain Produk dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif	64
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survey	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender.....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	55
Tabel 4.8 Hasil Uji T.....	57
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	59
Tabel 4.10 <i>Adjusted R Square</i>	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Marketplace dengan Kunjungan Terbanyak di Indonesia	3
Gambar 1.3 Preferensi Belanja Online Masyarakat Indonesia.....	4
Gambar 1.4 Pra Survey Repetisi Responden Melakukan Pembelian Produk Fashion di Shopee selama sebulan	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	47
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot.....	52
Gambar 4.3 Grafik Scatter Plot	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme.....	71
Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi.....	72
Lampiran 3 Kuesioner.....	79
Lampiran 4 Tabulasi Data	84
Lampiran 5 Hasil Uji.....	95
Lampiran 6 Tabel T.....	99
Lampiran 7 Tabel F.....	100
Lampiran 8 Buku Bimbingan.....	101
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup.....	104

