PENGARUH GAYA HIDUP BERBELANJA, PERILAKU *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO), POTONGAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK MINISO DI SHOPEE

(STUDI PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN 2020 UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA)

SKRIPSI

Oleh:

TESALONIKA ROLIYANAH

202010325431

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERISTAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	:	Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja, Perilaku *Fear Of Missing Out* (FOMO), Potongan Harga terhadap Pembelian Impulsif Produk Miniso di Shopee
Nama Mahasiswa	:	*Tesalonika Roliyanah*
Nomor Pokok	:	202010325431
Program Studi / Fakultas	:	Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	:	17 Juli 2024

Jakarta, 24 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II
Wirawan Widjanarko, SE.Ak., MM., MBA., CMA	Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, ST., MM
NIDN. 0322086605	NIDN. 0329017202

Pengaruh Gaya ... Tesalonika Roliyanah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2024

LEMBAR PENGESAHAAN

Judul Skripsi	:	Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja, Perilaku *Fear Of Missing Out* (FOMO), Potongan Harga terhadap Pembelian Impulsif Produk Miniso di Shopee
Nama Mahasiswa	:	Tesalonika Roliyanah
Nomor Pokok	:	202010325431
Program Studi / Fakultas	:	Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	:	17 Juli 2024

Jakarta, 24 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji	:	Matdio Siahaan, SE, MM NIDN. 0413047002	.....
Sekretaris Tim Penguji	:	Indah Rizki Maulia, S.Psi, MM NIDN. 0306018201	.....
Penguji	:	Wirawan Widjanarko, SE.Ak., MM.,MBA.,CMA NIDN. 0322086605	.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Manajemen	Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M	Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIDN. 0327037601	NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

Skripsi saya yang berjudul "**Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja, Perilaku *Fear Of Missing Out* (FOMO), Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Produk Miniso di Shopee**" *merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung* materi yang ditulis 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, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digunakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

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

Jakarta, 24 Juli 2024

SEPULUH RIBU RUPIAH 10000 METERAI TEMPEL D3B8DALX195743975

Tesalonika Roliyanah

202010325431

Pengaruh Gaya ... Tesalonika Roliyanah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2024

ABSTRAK

Tesalonika Roliyanah. 202010325431. Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja, Perilaku *Fear Of Missing Out* (FoMO) dan Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Produk Miniso Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial dan simultan antara gaya hidup berbelanja, perilaku *fear of missing out* (FoMO) dan potongan harga terhadap pembelian impulsif pada produk Miniso Di Shopee. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode *probability sampling* yang menggunakan teknik sampel yaitu *simple random sampling* disertai perhitungan jumlah sampel dengan rumus *Slovin*. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Miniso di Prodi Manajemen 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dengan sampel 120 responden. Pengolahan data serta pengujian hipotesis menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gaya Hidup Berbelanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif. Perilaku *Fear Of Missing Out* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pembelian impulsif. Potongan harga tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pembelian impulsif. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa Gaya Hidup Berbelanja, Perilaku *Fear Of Missing Out* dan Potongan Harga secara simultan berpengaruh terhadap pembelian impulsif.

Kata Kunci: Gaya Hidup Berbelanja, Perilaku *Fear Of Missing Out* (FOMO), Potongan Harga dan Pembelian Impulsif.

ABSTRACT

Tesalonika Roliyanah. 202010325431. *The Influence of Shopping Lifestyle, Fear of Missing Out (FoMO) Behavior and Discounts on Impulsive Purchases of Miniso Products on Shopee (Study of 2020 Management Study Program Students, Bhayangkara University, Greater Jakarta)*

This research aims to partially and simultaneously the shopping lifestyle, Fear of Missing Out (FoMO) behavior and discounts on impulse purchases of Miniso products at Shopee. This research is quantitative approach with a probability sampling method that uses a sampling technique, namely simple random sampling accompanied by the Slovin formula. The population in this study were all consumers of Miniso in the Management Study Program Class of 2020, Bhayangkara University, Greater Jakarta with a sample of 120 respondents. Data processing and hypothesis testing used SPSS version 25. The research results showed that partial Shopping Lifestyle had a positive and significant effect on impulsive purchases. Fear Of Missing Out has no effect and is not significant on impulse buying. discounts have no negative and insignificant effect on impulse buying. Simultaneous test results show that shopping lifestyle, Fear of Missing Out (FoMO) behavior and discounts simultaneously influence impulse buying.

Keywords: *Shopping lifestyle, Fear of Missing Out (FoMO) behavior, Discounts and impulsive buying.*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan rahmat penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala berkat, rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik, yang berjudul "Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja, Perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO), dan Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Produk Miniso Di Shopee tepat pada waktunya.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak sangat sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih 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 Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Wirawan Widjanarko, SE.Ak., MM., MBA., CMA selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.

5. Bapak Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, ST., MM selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Bapak Widi Winarso, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan pengarahan pada penulisan skripsi ini.
7. Bapak Matdio Siahaan, SE., MM selaku Ketua Penguji yang telah memberikan masukan dan pengarahan guna penyempurnaan penulisan skripsi ini.
8. Ibu Indah Rizki Maulia S.Psi, MM selaku Sekretaris Penguji yang telah memberikan masukan dan pengarahan guna penyempurnaan penulisan skripsi ini.
9. Para Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang selama ini telah berjasa mengajar dan memberi ilmu dalam setiap mata kuliah kepada penulis.
10. Terima kasih kepada Mama L. Pasaribu dan Papa T. Sitorus, selaku orang tua yang selalu mendoakan dan memberi semangat serta memberikan dukungan baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan penulis Aulia, Tiara, Robiatul, Rica, Pikih serta teman-teman Manajemen kelas A07 angkatan 2020 dari awal sampai akhir ini yang selalu memberikan semangat dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini secara tepat waktu.

12. Terima kasih untuk diri saya sendiri, apresiasi sebesar-besarnya kepada Tesalonika Roliyanah karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang sudah dimulai walaupun banyaknya hambatan yang datang namun bisa saya lalui. Terimakasih sudah menjadi kuat, mampu bertahan dan tidak menyerah selama ini.

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, 17 Juli 2024

Penulis,

Tesalonika Roliyanah
202010325431

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING i
LEMBAR PENGESAHAAN ii
LEMBAR PERNYATAAN iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 10
1.3 Tujuan Penelitian 11
1.4 Manfaat Penelitian 11
1.5 Sistematika Tugas Akhir 13
BAB II TELAAH PUSTAKA 15
2.1 Landasan Teori 15
2.1.1 Pemasaran 15
2.1.2 Perilaku Konsumen 16
2.2 Gaya Hidup Berbelanja 17
2.2.1 Pengertian Gaya Hidup Berbelanja 17
2.2.2 Indikator Gaya Hidup Berbelanja 18
2.2.3 Faktor yang mempengaruhi Gaya Hidup Berbelanja 19
2.3 Perilaku *Fear Of Missing Out* (FoMO) 20
2.3.1 Pengertian *Fear Of Missing Out* (FoMO) 20
2.3.2 Ciri-ciri *Fear Of Missing Out* (FoMO) 21
2.3.3 Indikator *Fear Of Missing Out* (FoMO) 21
2.4 Potongan Harga 22
2.4.1 Pengertian Potongan Harga 22
2.4.2 Jenis-jenis Potongan Harga 23
2.4.3 Indikator Potongan Harga 24
2.5 Pembelian Impulsif 25

2.5.1 Pengertian Pembelian Impulsif 25
2.5.2 Tipe-tipe Pembelian Impulsif 26
2.5.3 Indikator Pembelian Impulsif 27
2.6 Telaah Empiris 28
2.7 Kerangka Pemikiran 35
2.8 Rumusan Hipotesis 36
2.8.1 Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja terhadap Pembelian Impulsif 36
2.8.2 Pengaruh Perilaku Fear of Missing Out terhadap Pembelian Impulsif 36
2.8.3 Pengaruh Potongan Harga terhadap Pembelian Impulsif 37
2.8.4 Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja, Perilaku *Fear of Missing Out*, Potongan Harga terhadap Pembelian Impulsif 38
BAB III METODE PENELITIAN 40
3.1 Desain Penelitian 40
3.2 Populasi dan Sampel 41
3.2.1 Populasi 41
3.2.2 Sampel 41
3.3 Jenis dan Sumber Data 43
3.4 Teknik Pengumpulan Data 43
3.5 Skala Pengukuran Data 44
3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian 45
3.7 Uji Instrumen Penelitian 47
3.7.1 Uji Validitas 47
3.7.2 Uji Reliabilitas 47
3.8 Uji Asumsi Klasik 48
3.8.1 Uji Normalitas Data 48
3.8.2 Uji Multikolinieritas 49
3.8.3 Uji Heterokedastisitas 49
3.9 Metode Analisis Data 50
3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda 50
3.10 Uji Hipotesis 51
3.10.1 Uji Parsial (Uji t) 51
3.10.2 Uji Simultan (Uji F) 52
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 52
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN 54
4.1 Gambaran Umum Perusahaan 54

4.1.1 Profil Miniso 54
4.1.2 Profil Shopee 55
4.2 Identitas Responden 56
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 56
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 57
4.3 Uji Instrumen Data 57
4.3.1 Uji Validitas 57
4.3.2 Uji Reliabilitas 58
4.4 Uji Asumsi Klasik 60
4.4.1 Uji Normalitas 60
4.4.2 Uji Multikolinieritas 61
4.4.3 Uji Heterokedastisitas 62
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda 63
4.6 Uji Hipotesis 65
4.6.1 Uji Parsial (Uji t) 65
4.6.2 Uji Simultan (Uji F) 67
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi 68
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian 68
4.7.1 Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif 69
4.7.2 Pengaruh *Fear of Missing Out* Terhadap Pembelian Impulsif 69
4.7.3 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif 71
4.7.4 Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja, Perilaku *Fear of Missing Out* dan Potongan Harga Berpengaruh Terhadap Pembelian Impulsif 72
4.7.5 Koefisien Determinasi 72
BAB V PENUTUP 74
5.1 Kesimpulan 74
5.2 Keterbatasan Penelitian 74
5.3 Saran 75
REFERENSI 77
LAMPIRAN 84

Pengaruh Gaya.., Tesalonika Roliyanah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2024

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 28

Tabel 3. 1 Penilaian Skala Likert 44

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel 45

Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Usia 56

Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia 57

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas 58

Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas 59

Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinieritas 61

Tabel 4. 6 Hasil Uji Glejser 63

Tabel 4. 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 64

Tabel 4. 8 Hasil Uji T 65

Tabel 4. 9 Hasil Uji F 67

Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi 68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah pengguna internet di Indonesia 2

Gambar 1. 2 E-commerce dengan pengunjung terbanyak sepanjang 2023 4

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran 35

Gambar 4. 1 Logo Miniso 54

Gambar 4. 2 Logo Shopee 55

Gambar 4. 3 Grafik Normal P-Plot 60

Gambar 4. 4 Uji Scatterplot Heterokedastisitas 62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Uji Plagiarisme 85

Lampiran 2: Uji Referensi..... 87

Lampiran 3: Surat Permohonan Penelitian 97

Lampiran 4: Lembar Kuesioner 99

Lampiran 5: Data Tabulasi Responden 104

Lampiran 6: Tabel Output SPSS 25 106

Lampiran 7: Buku Bimbingan..... 120

Lampiran 8: Daftar Riwayat Hidup..... 122