



**KUALITAS *WEBSITE*, POTONGAN HARGA, DAN GAYA
HIDUP BERBELANJA TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN
IMPULSIF: STUDI KASUS PENGGUNA SHOPEE DI KOTA
TANGERANG SELATAN**

SKRIPSI

SYARIFA AFIYANI 1910111017

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2022



**KUALITAS *WEBSITE*, POTONGAN HARGA, DAN GAYA
HIDUP BERBELANJA TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN
IMPULSIF: STUDI KASUS PENGGUNA SHOPEE DI KOTA
TANGERANG SELATAN**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

SYARIFA AFIYANI 1910111017

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Syarifa Afiyani

NIM : 1910111017

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan persyaratan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 8 Desember 2022

Yang Menyatakan,



Syarifa Afiyani

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syarifa Afiyani
NIM : 1910111017
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Kualitas *Website*, Potongan Harga, dan Gaya Hidup Berbelanja
Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif: Studi Kasus
Pengguna Shopee Di Kota Tangerang Selatan**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 26 Desember 2022

Yang Menyatakan,



Syarifa Afiyani

SKRIPSI


KUALITAS *WEBSITE*, POTONGAN HARGA, DAN GAYA HIDUP BERBELANJA TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF: STUDI KASUS PENGGUNA SHOPEE DI KOTA TANGERANG SELATAN

Dipersiapkan dan disusun oleh :

SYARIFA AFIYANI 1910111017

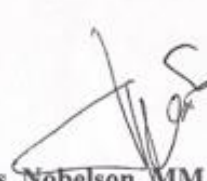
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 19 Desember 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dienni Ruhjatini Sholihah, SE, MM
Ketua Penguji


Lina Arvani, S.E., M.M
Penguji I



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis


Drs. Nobelson, MM, CPM
Penguji II (Pembimbing)


Siti Hidavati, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 19 Desember 2022

Website Quality, Discount, and Shopping Lifestyle on Impulsive Buying Behavior: A Case Study of Shopee Users in South Tangerang City

By Syarifa Afiyani

Abstract

Activities for online shopping are growing in Indonesia. This is supported by post-pandemic conditions, an increase in internet users, and records of e-commerce transactions which have increased from the previous year. Shopee is present as one of the popular e-commerce in Indonesia by offering various product categories. This research aims to prove whether website quality, discount, and shopping lifestyles can affect impulse buying behavior. The population in this study are Shopee users who live in South Tangerang City with a sample of 100 respondents using non-probability sampling techniques and purposive sampling methods. This study uses a quantitative method and uses the SmartPLS 3.0. The results of this study indicate that website quality has no significant effect on impulsive buying behavior. In addition, discount and shopping lifestyle have a positive and significant impact on impulse buying behavior. Then, it can be seen that the highest factor influencing the impulse buying behavior of Shopee users in South Tangerang City is a discount of 0.391 or 39.1%.

Keywords: *impulse buying behavior, website quality, discount, shopping lifestyle, Shopee*

Kualitas *Website*, Potongan Harga, dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif: Studi Kasus Pengguna Shopee di Kota Tangerang Selatan

Oleh Syarifa Afiyani

Abstrak

Aktivitas untuk berbelanja *online* kian berkembang di Indonesia. Hal ini didukung oleh kondisi pasca pandemi, adanya peningkatan pengguna internet, dan catatan transaksi *e-commerce* yang mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Shopee hadir sebagai salah satu *e-commerce* yang eksis di Indonesia dengan menawarkan berbagai macam kategori produk. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan apakah kualitas *website*, potongan harga, dan gaya hidup berbelanja dapat mempengaruhi perilaku pembelian impulsif. Populasi pada penelitian ini merupakan pengguna Shopee yang berdomisili di Kota Tangerang Selatan dengan sampel sebanyak 100 responden menggunakan teknik *non probability* sampling dan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan alat analisis SmartPLS 3.0. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas *website* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Selain itu, potongan harga dan gaya hidup berbelanja memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Kemudian, dapat diketahui bahwa faktor tertinggi yang mempengaruhi perilaku pembelian impulsif pengguna Shopee di Kota Tangerang Selatan adalah potongan harga sebesar 0,391 atau 39,1%.

Kata Kunci: perilaku pembelian impulsif, kualitas *website*, potongan harga, gaya hidup berbelanja, Shopee



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Senin , tanggal 19 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Syarifa Afyani

No.Pokok Mahasiswa : 1910111017

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Kualitas Website, Potongan Harga, dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif: Studi Kasus Pengguna Shopee di Kota Tangerang Selatan
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / ~~Tidak Lulus~~ *)*

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.	Ketua	1.
2	Lina Ariyani, SE, MM	Anggota I	2.
3	Drs. Nobelson, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 19 Desember 2022

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1

Siti Hidayati SE, MM.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya usulan penelitian ini dapat penulis selesaikan yang berjudul **“Kualitas Website, Potongan Harga, dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif: Studi Kasus Pengguna Shopee Di Kota Tangerang Selatan.”** Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Dr. Desmintari., SE., MM sebagai Ketua Jurusan Manajemen, Ibu Siti Hidayati, SE., MM sebagai Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan karya tulis ini, pihak-pihak tersebut yaitu: Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah, SE, MM selaku dosen ketua penguji, Ibu Lina Aryani, SE, MM selaku dosen penguji satu, dan Bapak Drs. Nobelson, MM, CPM selaku dosen penguji dua sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan arahan maupun saran bermanfaat bagi penulis dalam penyusunan karya tulis penelitian ini.

Penulis berterima kasih juga kepada kedua orang tua penulis dan saudara kandung penulis yang telah memberikan dukungan secara moril maupun materil dalam proses penyusunan karya tulis ini. Tak lupa juga ucapan terima kasih untuk seluruh teman-teman mahasiswa manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat, yang telah memberikan motivasi yang mendorong penulis dan juga menjadi tempat bagi penulis untuk saling berdiskusi saran dan pandangan sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini. Harapan dari adanya usulan penelitian ini semoga dapat bermanfaat dan menjadi referensi untuk penelitian-penelitian di masa yang akan datang.

Jakarta, 27 September 2022

Syarifa Afiyani

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	8
I.3 Tujuan Penelitian	9
I.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
II.1 Landasan Teori	10
II.1.1 Manajemen Pemasaran	10
II.1.2 <i>E-commerce</i>	11
II.1.3 Perilaku Konsumen	13

II.1.4 Perilaku Pembelian Impulsif	14
II.1.5 Kualitas <i>Website</i>	16
II.1.6 Potongan Harga	18
II.1.7 Gaya Hidup Berbelanja	20
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	22
II.3 Model Penelitian Empiris	29
II.3.1 Kualitas <i>Website</i> terhadap Perilaku Pembelian Impulsif.....	29
II.3.2 Potongan Harga terhadap Perilaku Pembelian Impulsif.....	30
II.3.3 Gaya Hidup Berbelanja terhadap Perilaku Pembelian Impulsif.....	30
II.4 Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
III.1.1 Definisi Operasional.....	31
III.1.2 Pengukuran Variabel	32
III.2 Populasi dan Sampel	33
III.2.1 Populasi	33
III.2.2 Sampel.....	33
III.3 Teknik Pengumpulan Data	34
III.3.1 Jenis Data	34
III.3.2 Sumber Data.....	35
III.3.3 Pengumpulan Data	35
III.4 Teknik Analisis Data	38
III.4.1 Teknik Analisis Data Deskriptif.....	38
III.4.2 Teknik Analisis Data Inferensial.....	38
III.4.3 Uji Validitas	41
III.4.4 Uji Reliabilitas	42

III.4.5 Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	46
IV.2 Deskripsi Data Penelitian	47
IV.3 Uji Hipotesis & Analisis	51
IV.3.1 Analisis Deskriptif	51
IV.3.2 Analisis Inferensial	53
IV.4 Pembahasan.....	63
IV.4.1 Pengaruh Kualitas <i>Website</i> Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif	63
IV.4.2 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif.	65
IV.4.3 Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif	67
IV.5 Keterbatasan Penelitian	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	70
V.1 Simpulan.....	70
V.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
RIWAYAT HIDUP	78
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	32
Tabel 3. Skala Likert.....	35
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen.....	36
Tabel 5. <i>Outer Loading Factor</i> Variabel Perilaku Pembelian Impulsif.....	51
Tabel 6. <i>Outer Loading Factor</i> Variabel Kualitas <i>Website</i>	52
Tabel 7. <i>Outer Loading Factor</i> Variabel Potongan Harga	52
Tabel 8. <i>Outer Loading Factor</i> Variabel Gaya Hidup Berbelanja.....	53
Tabel 9. <i>Loading Factor Outer Model</i>	55
Tabel 10. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	56
Tabel 11. <i>Cross Loading</i>	56
Tabel 12. <i>Composite Reliability</i>	58
Tabel 13. <i>Cronbach's Alpha</i>	58
Tabel 14. <i>R Square</i>	60
Tabel 15. <i>Q Square</i>	60
Tabel 16. <i>Path Coefficients</i>	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Persaingan 10 <i>E-commerce</i> Teratas di Indonesia (Q4 2020)	2
Gambar 2. 10 Kategori Produk Terlaku di Shopee	3
Gambar 3. Laju Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia, Banten, dan Kota Tangerang Selatan	4
Gambar 4. Kemampuan Daya Beli di Indonesia, Banten, dan Kota Tangerang Selatan	5
Gambar 5. Persaingan 10 <i>E-commerce</i> Teratas di Indonesia (Q1 2022)	6
Gambar 6. Promo Favorit Konsumen Pada <i>E-commerce</i> (Q2 2022).....	7
Gambar 7. Model Penelitian Empiris	29
Gambar 8. Tahapan SmartPLS	39
Gambar 9. Kerangka Model Penelitian	40
Gambar 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Gambar 11. Karakteristik Responden Menurut Usia	48
Gambar 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Gambar 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli	49
Gambar 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku	50
Gambar 15. <i>Outer Model</i>	54
Gambar 16. <i>Inner Model</i>	59
Gambar 17. Hasil <i>Inner Model</i>	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penelitian Terdahulu.....	79
Lampiran 2. Matriks Penelitian.....	84
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 4. Data Kuesioner 100 Responden	93
Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden	109
Lampiran 6. Hasil Deskripsi Data Penelitian.....	111
Lampiran 7. <i>Output Outer Model</i> Penelitian.....	113
Lampiran 8. <i>Output Inner Model</i> Penelitian	114
Lampiran 9. <i>Output Model PLS</i>	115
Lampiran 10. Bukti Sebar Kuesioner.....	118
Lampiran 11. Hasil Turnitin.....	119