



**PENGARUH *LIVE STREAMING SHOPPING* DAN *FLASH SALE*
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PENGGUNA SHOPEE DI
KECAMATAN JATINEGARA**

SKRIPSI

SYABANI DINOVA 2010111002

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**



**PENGARUH *LIVE STREAMING SHOPPING* DAN *FLASH SALE*
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PENGGUNA SHOPEE DI
KECAMATAN JATINEGARA**

SKRIPSI

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

SYABANI DINOVA 2010111002

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Syabani Dinova

NIM. : 2010111002

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

Jakarta, 27 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Syabani Dinova)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Syabani Dinova
NIM : 2010111002
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 Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Pengaruh *Live streaming shopping* Dan *Flash Sale* Terhadap Pembelian
Impulsif Pengguna Shopee Di Kecamatan Jatinegara**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/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 : 27 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Syabani Dinova)

SKRIPSI

PENGARUH *LIVE STREAMING SHOPPING* DAN *FLASH SALE* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PENGGUNA SHOPEE DI KECAMATAN JATINEGARA

Dipersiapkan dan disusun oleh :

SYABANI DINOVA 2010111002

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 27 Desember 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Diana Triwardhani, S.E., M.M., Ph.D.
Ketua Penguji



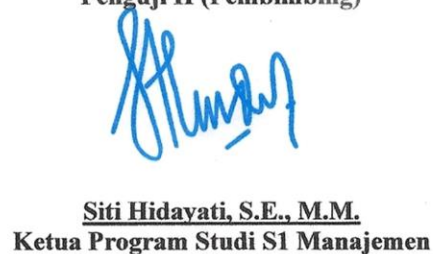
Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.
Penguji I



Suharyati, S.E., M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Siti Hidayati, S.E., M.M.
Ketua Program Studi S1 Manajemen

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 27 Desember 2023

The Influence of Live Streaming Shopping and Flash Sales on Impulsive Purchases of Shopee Users in Jatinegara District

By Syabani Dinova

Abstract

This research aims to analyze the influence of two independent variables, namely "live streaming shopping" and "flash sale" on the impulsive buying behavior of users of the Shopee platform in the Jatinegara District area. The method used is quantitative, with descriptive analysis techniques to explain sample characteristics and inferential analysis techniques using the SmartPLS analysis tool version 4.0. The research population consisted of users of the Shopee platform in the Jatinegara District area, with a sample of 100 respondents selected using a non-probability sampling method. Data was obtained by distributing a Google Form questionnaire via social media. The analysis results show that live streaming shopping has a significant effect on impulse purchases, while flash sales do not have a significant effect on impulse purchases. This research provides a deeper understanding of the factors that influence impulse buying behavior in the context of live streaming shopping and flash sales on the Shopee e-commerce platform. The results of this research can provide guidance for Shopee and other e-commerce parties to design more effective marketing strategies and focus on flash sales to increase impulse purchases.

Keyword: *Live streaming shopping; Flash sale; Impulse buying; E-commerce; Shopee*

Pengaruh *Live Streaming Shopping* dan *Flash Sale* Terhadap Pembelian Impulsif Pengguna Shopee di Kecamatan Jatinegara

Oleh Syabani Dinova

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari dua variabel bebas, yaitu "*Live streaming shopping*" dan "*Flash sale*" terhadap perilaku pembelian impulsif pengguna *platform* Shopee di wilayah Kecamatan Jatinegara. Metode yang digunakan kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif untuk menjelaskan karakteristik sampel dan teknik analisis inferensial menggunakan alat bantu analisis SmartPLS versi 4.0. Populasi penelitian terdiri dari pengguna *platform* Shopee di wilayah Kecamatan Jatinegara, dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih dengan metode *non probability sampling*. Data diperoleh dengan penyebaran kuesioner *google form* melalui media sosial. Hasil analisis menunjukkan adanya *live streaming shopping* berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif, sedangkan *flash sale* tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif. Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian impulsif dalam konteks *live streaming shopping* dan *flash sale* di *platform e-commerce* Shopee. Hasil penelitian ini dapat memberikan panduan bagi pihak Shopee dan *e-commerce* lainnya untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan berfokus pada *flash sale* untuk meningkatkan pembelian impulsif.

Kata Kunci: *Live streaming shopping*; *Flash sale*; Pembelian Impulsif; *E-commerce*; Shopee



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024**

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari Rabu, 27 Desember 2023:

Nama : Syabani Dinova

No.Pokok Mahasiswa : 2010111002

Program Studi : Manajemen S.1

Pengaruh *Live Streaming Shopping* Dan *Flash Sale* Terhadap Pembelian Impulsif Pengguna Shopee
Di Kecamatan Jatinegara
dinyatakan **Lulus / Tidak Lulus ***)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, S.E., M.M., Ph.D.	Ketua	1.
2	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.	Anggota I	2.
3	Suharyati, S.E., M.M.	Anggota II**)	3.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 10 Januari 2024

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, S.E., M.M.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala, karena dengan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul "**Pengaruh *Live streaming shopping* Dan *Flash sale* Terhadap Pembelian Impulsif Pengguna Shopee Di Kecamatan Jatinegara**". Penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan motivasi selama penulisan skripsi ini. Adapun penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ibu Dr. Jubedah, S.E., M.M. atas izin dan dukungannya dalam menyelesaikan studi di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
2. Ketua Program Studi S1 Manajemen Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M. yang telah memberikan arahan dan dukungan dalam proses penulisan skripsi.
3. Dosen Pembimbing Ibu Suharyati, S.E., M.M. yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan kritik sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan cinta kasih tanpa henti.
5. Kakak yang menjadi sumber inspirasi dan motivasi bagi penulis.

Tidak lupa, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman sejawat yang telah memberikan dukungan dan kerjasama selama perjalanan penulisan skripsi ini. Akhir kata penulis menyampaikan permohonan maaf apabila terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini, dan penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat.

Jakarta, 27 Desember 2023

Syabani Dinova

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
<i>ABSTRACT</i>	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
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Hasil Penelitian	10
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2. Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2. <i>E-commerce</i>	13
2.1.3. Perilaku Konsumen	14
2.1.4. Pembelian Impulsif.....	16
2.1.5. <i>Live streaming shopping</i>	17
2.1.6. <i>Flash sale</i>	19
2.2. Penelitian Sebelumnya	20

2.3.	Model Penelitian Empiris	30
2.3.1.	<i>Live streaming shopping</i> terhadap pembelian impulsif.....	30
2.3.2.	<i>Flash sale</i> terhadap pembelian impulsif.....	31
2.4.	Pengembangan Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN.....		33
3.1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
3.1.1.	Definisi Operasional.....	33
3.1.2.	Pengukuran Variabel.....	34
3.2.	Penentuan Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1.	Populasi	34
3.2.2.	Sampel	35
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	36
3.3.1.	Jenis Data	36
3.3.2.	Sumber Data	36
3.3.3.	Pengumpulan Data	36
3.4.	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	38
3.4.1.	Analisis Deskriptif.....	38
3.4.2.	Analisis Inferensial.....	39
3.4.3.	Uji Hipotesis.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		46
4.1.	Hasil Penelitian.....	46
4.1.1.	Deskripsi Objek Penelitian	46
4.1.2.	Deskripsi Data Penelitian	47
4.1.3.	Analisis dan Uji Hipotesis	53
4.1.3.1.	Analisis Statistik Deskriptif	53
4.1.3.2.	Analisis Data Inferensial	57
4.2.	Pembahasan	66
4.2.1.	Pengaruh <i>Live streaming shopping</i> Terhadap Pembelian Impulsif	67
4.2.2.	Pengaruh <i>Flash sale</i> Terhadap Pembelian Impulsif	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		71
5.1.	Simpulan.....	71
5.2.	keterbatasan Penelitian	72

5.3. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
RIWAYAT HIDUP	83
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rata-rata jumlah kunjungan 5 (lima) situs <i>e-commerce</i>	3
Tabel 2. Pangsa pasar berdasarkan rata-rata transaksi melalui fitur <i>live streaming</i>	6
Tabel 3. Matriks Penelitian Sebelumnya.....	29
Tabel 4. Pengukuran Variabel.....	34
Tabel 5. bobot penilaian dengan skala likert.....	37
Tabel 6. kisi - kisi instrumen penelitian	37
Tabel 7. Urutan Jawaban Responden	38
Tabel 8. Interpretasi Nilai Indeks	39
Tabel 9. Tingkat Reliabilitas	41
Tabel 10. Tingkat Multikolinearitas	43
Tabel 11. Tingkat <i>R-Square</i>	43
Tabel 12. Hasil nilai indeks pada variabel pembelian impulsif (Y).....	54
Tabel 13. Hasil nilai indeks pada variabel <i>live streaming shopping</i> (X1).....	55
Tabel 14. Hasil nilai indeks pada variabel <i>flash sale</i> (X2).....	56
Tabel 15. <i>Outer Loadings Factor</i>	60
Tabel 16. <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	61
Tabel 17. <i>Heterotrait–monotrait ratio</i> (HTMT)	61
Tabel 18. <i>Composite Reliability</i>	62
Tabel 19. <i>Cronbach's Alpha</i>	62
Tabel 20. <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF).....	63
Tabel 21. <i>R-Square</i>	64
Tabel 22. <i>Q-Square</i>	64
Tabel 23. <i>Path Coefficients</i>	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Nilai Transaksi Dalam <i>E-commerce</i> di Indonesia (2018-2022).	2
Gambar 2. Tangkapan aktivitas dalam Shopee Live	5
Gambar 3. <i>Flash sale</i> yang ditayangkan pada Shopee.....	7
Gambar 4. Jadwal <i>flash sale</i> Shopee.....	8
Gambar 5. Model Penelitian	32
Gambar 6. Tahapan analisis SEM-PLS	40
Gambar 7. Logo Shopee.....	46
Gambar 8. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	48
Gambar 9. Karakteristik responden berdasarkan asal kelurahan di kecamatan Jatinegara.....	49
Gambar 10. Karakteristik responden berdasarkan rentang usia.....	50
Gambar 11. Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan.....	50
Gambar 12. Karakteristik responden berdasarkan frekuensi belanja dalam satu bulan.....	51
Gambar 13. Karakteristik responden berdasarkan kategori produk yang umumnya dibeli.....	52
Gambar 14. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan atau uang saku per bulan.....	53
Gambar 15. Menentukan model struktural (<i>Inner Model</i>)	57
Gambar 16. Menentukan model pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	58
Gambar 17. <i>Outer Loadings Factor</i>	59
Gambar 18. <i>Inner Model</i>	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. T-Tabel

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

Lampiran 3. Data kuesioner 100 responden

Lampiran 4. Bukti penyebaran kuesioner penelitian

Lampiran 5. Hasil validasi turnitin