



**PENGARUH *PRICE DISCOUNTS*, *SHOPPING LIFESTYLE*,  
DAN *AFFILIATE MARKETING* TERHADAP *IMPULSE*  
*BUYING* PADA PRODUK *FASHION* DI SHOPEE**

**SKRIPSI**

**SHAFa' QOTRUNNADA SALSABILA 2010111160**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2024**



**PENGARUH *PRICE DISCOUNTS*, *SHOPPING LIFESTYLE*,  
DAN *AFFILIATE MARKETING* TERHADAP *IMPULSE*  
*BUYING* PADA PRODUK *FASHION* DI SHOPEE**

**SKRIPSI**

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

**SHAFa' QOTRUNNADA SALSABILA 2010111160**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Shafa' Qotrunnada Salsabila

NIM : 2010111160

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

Jakarta, 10 Juni 2024

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a 10000 Indonesian postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '10000', and 'METERAL TEMPEL'. The serial number 'M2EAALX309371492' is visible at the bottom of the stamp.

(Shafa' Qotrunnada Salsabila)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Shafa' Qotrunnada Salsabila  
NIM : 2010111160  
Fakultas : 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 *Price Discounts, Shopping Lifestyle, Dan Affiliate Marketing* Terhadap  
*Impulse Buying* Pada Produk *Fashion* Di *Shopee***

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 : ..18.. Juli 2024 .....

Yang menyatakan, materai

  
  
(..Shafa' Qotrunnada S..)

**SKRIPSI**

**PENGARUH PRICE DISCOUNTS, SHOPPING LIFESTYLE, DAN  
AFFILIATE MARKETING TERHADAP IMPULSE BUYING PADA  
PRODUK FASHION DI SHOPEE**

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

**SHAFa' QOTRUNNADA SALSABILA 2010111160**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 8 Juli 2024  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



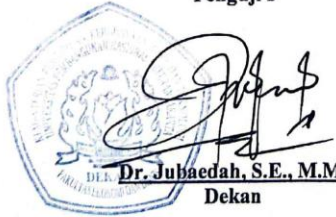
**Dra. Bernadin Dwi M. M. M**  
Ketua Penguji



**Yuliniak, S. E., M. M**  
Penguji I



**Dienni Rulijatiir Sholihah, S.E., M.M**  
Penguji II (Pembimbing)



**Dr. Jubaedah, S.E., M.M.**  
Dekan



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

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 8 Juli 2024

**THE INFLUENCE OF PRICE DISCOUNTS, SHOPPING LIFESTYLE, AND  
AFFILIATE MARKETING ON IMPULSE BUYING OF FASHION  
PRODUCTS ON SHOPEE**

**By Shafa' Qotrunnada Salsabila**

***Abstract***

*The growth of the digital economy has given rise to the e-commerce industry. E-commerce is all online buying and selling activities. Shopee is one of the most popular e-commerce in Indonesia. This research aims to find out, analyze and prove whether there is a partial influence of price discounts, shopping lifestyle and affiliate marketing on impulse buying of fashion products on Shopee. The sample for this research is 100 consumers who have purchased fashion products through Shopee e-commerce in the DKI Jakarta area. This research is quantitative research using primary data. The sample collection technique uses a non-probability sampling method, namely the purposive sampling method. Data collection uses Google forms and data analysis techniques use descriptive and inferential analysis. Data processing was carried out using the SmartPLS 4.0 software test tool and it was found that (1) price discounts had a positive and significant effect on impulse buying by 0.319, (2) shopping lifestyle had a positive and significant effect on impulse buying by 0.455, and (3) affiliate marketing had a positive effect and significant at 0.206. The R-Square value obtained for the price discounts, shopping lifestyle and affiliate marketing variables contributed to impulse buying by 80.5% and the remaining 19.5% was influenced by other variables not included in this research.*

**Keywords:** *Price Discounts, Shopping Lifestyle, Affiliate Marketing, Impulse Buying, Shopee.*

**PENGARUH *PRICE DISCOUNTS*, *SHOPPING LIFESTYLE*, DAN  
*AFFILIATE MARKETING* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA  
PRODUK *FASHION* DI SHOPEE**

**Oleh Shafa' Qotrunnada Salsabila**

**Abstrak**

Pertumbuhan ekonomi *digital* membangkitkan industri *e-commerce*. *E-commerce* adalah segala aktivitas jual beli secara online. Shopee merupakan salah satu *e-commerce* yang paling populer di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan apakah terdapat pengaruh *price discounts*, *shopping lifestyle*, dan *affiliate marketing* terhadap *impulse buying* pada produk *fashion* di Shopee secara parsial. Sampel penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk *fashion* melalui *e-commerce* Shopee di wilayah DKI Jakarta sebanyak 100 responden. Penelitian ini merupakan penelitian secara kuantitatif dengan menggunakan data primer. Teknik pengumpulan sampel dengan metode *non probability sampling* yaitu metode *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan *google form* dan teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan inferensial. Pengolahan data dilakukan dengan alat uji *software* SmartPLS 4.0 dan dihasilkan bahwa (1) *price discounts* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* sebesar 0,319, (2) *shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* sebesar 0,455, dan (3) *affiliate marketing* berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,206. Adapun nilai *R-Square* yang diperoleh pada variabel *price discounts*, *shopping lifestyle*, dan *affiliate marketing* memberikan kontribusi terhadap *impulse buying* sebesar 80,5% dan sisanya sebesar 19,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikutsertakan pada penelitian ini.

**Kata Kunci:** Diskon Harga, Gaya Hidup Belanja, Pemasaran Afiliasi, Pembelian Impulsif, 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 GENAP TA. 2023/2024**

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari Senin, 8 Juli 2024:

Nama : Shafa' Qotrunnada Salsabila

No.Pokok Mahasiswa : 2010111160

Program Studi : Manajemen S.1

Pengaruh *Price Discounts*, *Shopping Lifestyle*, Dan *Affiliate Marketing* Terhadap *Impulse Buying*  
Pada Produk *Fashion* Di Shopee  
dinyatakan **Lulus / Tidak Lulus** \*)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dra. Bernadin Dwi M, M. M	Ketua	1.
2	Yuliniar, S. E., M. M	Anggota I	2.
3	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M	Anggota II**)	3.

Keterangan:

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta,

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Price Discounts, Shopping Lifesyle, Dan Affiliate Marketing Terhadap Impulse Buying Pada Produk Fashion Di Shopee*”** sebagai syarat kelulusan pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis, yaitu:

1. Dr. Jubaedah, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang memberikan izin dan fasilitas untuk penulisan penelitian.
2. Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos I, MM, CRA selaku ketua jurusan manajemen yang memberikan fasilitas untuk penulisan penelitian.
3. Siti Hidayati, SE, MM selaku kepala program studi manajemen program sarjana yang telah memberikan arahan dan dukungan pada penelitian ini.
4. Dienni Ruhjatini Sholihah, S. E., M. M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukkan yang bermanfaat kepada penulis selama menyusun penelitian.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mendidik dan membina penulis selama perkuliahan.
6. Seluruh anggota keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan semangat kepada penulis.
7. Seluruh teman-teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwasannya usulan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun guna menjadikan usulan penelitian ini lebih baik lagi.

Jakarta, 8 Juli 2024

Shafa' Qotrunnada Salsabila

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
<b>ABSTRAK</b>	<b>vii</b>
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR/GRAFIK	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>16</b>
1.1. Latar Belakang	16
1.2. Perumusan Masalah	22
1.3. Tujuan Penelitian	23
1.4. Manfaat Penelitian	23
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>24</b>
2.1. Landasan Teori	24
2.1.1. Pemasaran	24
2.1.2. Perilaku Konsumen	24
2.1.3. <i>Digital Marketing</i>	25
2.1.4. <i>Impulse Buying</i>	26
2.1.5. <i>Price Discounts</i>	28
2.1.6. <i>Shopping Lifestyle</i>	31
2.1.7. <i>Affiliate Marketing</i>	32
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu	34

2.3.	Model Penelitian	43
2.3.1.	Pengaruh <i>Price Discounts</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	44
2.3.2.	Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	45
2.3.3.	Pengaruh <i>Affiliate Marketing</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	45
2.4.	Hipotesis	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		<b>46</b>
3.1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	46
3.1.1.	Definisi Operasional	46
3.1.2.	Pengukuran Variabel	47
3.2.	Populasi dan Sampel	47
3.2.1.	Populasi	48
3.2.2.	Sampel	48
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	49
3.3.1.	Jenis Data	49
3.3.2.	Sumber Data	50
3.3.3.	Pengumpulan Data	50
3.4.	Teknik Analisis Data	51
3.4.1.	Teknik Analisis Data Statistik Deskriptif	52
3.4.2.	Teknik Analisis Data Inferensial	53
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		<b>62</b>
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	62
4.2.	Deskripsi Data Penelitian	63
4.2.1.	Deskripsi Data Responden	63
4.2.2.	Analisis Data Deskriptif	68
4.3.	Analisis Data Inferensial	74
4.3.1.	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> )	74
4.3.2.	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> )	80
4.4.	Uji Hipotesis dan Analisis	82
4.5.	Pembahasan	83
4.5.1.	Pengaruh <i>Price Discounts</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	84

4.5.2. Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	85
4.5.3. Pengaruh <i>Affiliate Marketing</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	87
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>89</b>
5.1. Simpulan	89
5.2. Keterbatasan Penelitian	90
5.3. Saran	90
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>92</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>98</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Produk Terlaris di Shopee	18
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya Penelitian Terkait dengan <i>Impulse Buying</i>	39
Tabel 3. Pengukuran Variabel	47
Tabel 4. Skala Likert	50
Tabel 5. Kisi-kisi Instrumen Penelitian	51
Tabel 6. Interpretasi Nilai Indeks Responden	53
Tabel 7. Nilai Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y)	69
Tabel 8. Nilai Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Price Discounts</i> (X1)	70
Tabel 9. Nilai Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> (X2)	71
Tabel 10. Nilai Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Affiliate Marketing</i> (X3)	73
Tabel 11. Nilai <i>Outer Loading</i>	76
Tabel 12. <i>Cross Loading</i>	77
Tabel 13. <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	78
Tabel 14. <i>Composite Reliability</i>	79
Tabel 15. <i>Cronbanch's Alpha</i>	80
Tabel 16. <i>R-Square</i>	81
Tabel 17. <i>Q-Square</i>	82
Tabel 18. Uji <i>Boostrapping</i>	83

## DAFTAR GAMBAR/GRAFIK

Gambar 1. Prediksi <i>E-Commerce</i> Indonesia Akan Terus Menguat Sampai 2025	16
Gambar 2. <i>E-Commerce</i> dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023	17
Gambar 3. <i>Affiliate E-Commerce</i> Indonesia dengan Keuntungan Terbesar	21
Gambar 4. Jumlah Masyarakat RI Pernah Berbelanja Melalui <i>Affiliate Link</i>	22
Gambar 5 . Model Penelitian	44
Gambar 6. Tahapan smartPLS	54
Gambar 7. <i>Inner Model</i>	55
Gambar 8. <i>Outter Model</i>	56
Gambar 9. Konstruksi Diagram Jalur	56
Gambar 10. Logo Shopee	62
Gambar 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	64
Gambar 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Gambar 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
Gambar 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	67
Gambar 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Status	68
Gambar 16. Hasil Uji <i>Outer Model</i>	75
Gambar 17. <i>Inner Model</i>	81

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penelitian Terdahulu	98
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	102
Lampiran 3. Data Kuesioner 100 Responden	109
Lampiran 4. Deskripsi Data Responden	125
Lampiran 5. Analisis Data Deskriptif	127
Lampiran 6. <i>Output Outer Model</i> SmartPLS 4.0	129
Lampiran 7. <i>Output Inner Model</i> SmartPLS 4.0	130
Lampiran 8. <i>Output Analisis Data</i> SmartPLS 4.0	131
Lampiran 9. T-tabel	135