



**PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *VISUAL MERCHANDISING*,
DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
PADA *LIVE STREAMING SHOPEE* JINISO**

SKRIPSI

PINKAN LAURENSIA 2110111120

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

2024



**PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *VISUAL MERCHANDISING*,
DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
PADA *LIVE STREAMING SHOPEE* JINISO**

SKRIPSI

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

PINKAN LAURENSIA 2110111120

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

2024

PERNYATAAN ORSINILITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Pinkan Laurensia

NIM : 2110111120

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

Jakarta, 4 Oktober 2024

Yang menyatakan,



Pinkan Laurensia

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Pinkan Laurensia
NIM : 2110111120
Fakultas : Ekonomi & 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 DISCOUNT*, *VISUAL MERCHANDISING*, DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA *LIVE STREAMING SHOPEE* JINISO

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 : 7 Desember 2024
Yang menyatakan,
materai Rp. 10.000,-



(Pinkan Laurensia)

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI


**PENGARUH PRICE DISCOUNT, VISUAL MERCHANDISING, DAN
PRODUCT QUALITY TERHADAP IMPULSE BUYING PADA LIVE
STREAMING SHOPEE JINISO**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

PINKAN LAURENSIA 2110111120

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 19 Desember 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**

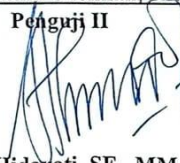

Dra. Bernadin Dwi, MM., CPM
Ketua Penguji


Dra. Pusporini, MM
Penguji I


Dienni Ruhjatini Sholihah, SE., MM
Penguji II



Dr. Jubaedah, SE., MM
Dekan


Siti Hidayati, SE., MM
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 19 Desember 2024

***The Effect of Price Discount, Visual Merchandising, and Product Quality on
Impulse Buying in Shopee JINISO Live Streaming***

By Pinkan Laurensia

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of price discounts, visual merchandising, and product quality on impulse buying among JINISO consumers. A quantitative approach was employed by distributing questionnaires to 120 respondents. The sampling method used was purposive sampling, targeting respondents who had purchased JINISO products through Shopee Live. The questionnaire instrument was developed using a Likert scale to measure the research variables. Data were analyzed using multiple linear regression methods with the assistance of Smart PLS 4.0 software. The results of the study indicate that price discounts and visual merchandising have a positive and significant effect on impulse buying, while product quality does not have a significant effect. These findings highlight the importance of discount strategies and visual merchandising in driving impulse buying. This research provides valuable insights for local brands in developing digital marketing strategies based on live streaming to compete in Indonesia's fashion market.

Keywords: *marketing, price discount, visual merchandising, product quality, and impulse buying.*

PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *VISUAL MERCHANDISING*, DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA *LIVE STREAMING SHOPEE JINISO*

Oleh Pinkan Laurensia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *price discount*, *visual merchandising*, dan *product quality* terhadap *impulse buying* konsumen JINISO. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 120 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria responden yang telah melakukan pembelian produk JINISO melalui *shopee live*. Instrumen kuesioner dikembangkan menggunakan skala Likert untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti. Data dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda melalui perangkat lunak Smart PLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *price discount* dan *visual merchandising* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*, sedangkan *product quality* tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menunjukkan pentingnya strategi diskon dan strategi *visual merchandising* untuk mendorong *impulse buying*. Penelitian ini memberikan wawasan bagi *brand* lokal dalam mengembangkan strategi pemasaran digital berbasis *live streaming* untuk bersaing di pasar *fashion* Indonesia.

Kata kunci : pemasaran, *price discount*, *visual merchandising*, *quality product*, dan *impulse buying*.

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



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.uprvj.ac.id> Email : puskom@uprvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR (PKL) MANAJEMEN S.1 SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Kamis , tanggal 19 Desember 2024, telah dilaksanakan **Ujian Tugas Akhir** bagi mahasiswa :

Nama : **Pinkan Laurensia**

No.Pokok Mahasiswa : **2110111120**

Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul tugas akhir sebagai berikut :

Pengaruh Price Discount, Visual Merchandising, dan Product Quality Terhadap Impulse Buying Pada Live Streaming Shopee JINISO

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Tim Penguji

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

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 19 Desember 2024
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprosdi. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Puji Syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat yang diberikan-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “**Pengaruh Price Discount, Visual Merchandising, dan Product Quality Terhadap Impulse Buying pada Live Streaming Shopee JINISO**” dengan tepat waktu. Penelitian skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan kelulusan pada program studi Manajemen di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Dalam penyelesaian penelitian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
2. Bapak Dr. Yudhi Nur Supriadi, S.Sos.I, MM, CRA selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
3. Ibu Siti Hidayati, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
4. Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang memberikan arahan, masukan, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi, mulai dari penentuan judul hingga penyelesaian skripsi;
5. Seluruh Dosen dan para tenaga administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
6. Orang tua, abang, dan keluarga penulis yang memberikan dukungan secara moril maupun materil kepada penulis;
7. Sahabat penulis yang memberikan dukungan dan masukan dalam proses penyelesaian penelitian, khususnya Cavin Kleinsteuber Phung, Joyada Gerald Saragih, dan Elena Libratia;
8. Sahabat-sahabat penulis yang senantiasa memberikan semangat dan doa, khususnya Aprina Kristanti Sinaga, Fhigia Efhifhanesh Sinaga, Krisalyssa

Esna Rehulina Tarigan, Kethrine Kamelia Hartati Saragih, dan Tesalonicca Talitha Saragih;

9. Sahabat-Sahabat penulis yang memberikan dukungan dan doa, khususnya Alifia Jihan, Bunga Azizah, Euis Nur Amanah, Putri Zahira, dan Rara Amalia Khansa;
10. Rekan dari perkuliahan penulis, khususnya Azrashafira Menako Mangkunegara, Aqilla Ilmi Salsabila, Natasya Dwi Fitria, Rieztandya Mulia Usman, Hevinanto Bagus Wibisono, Atikah Dwi Maharani, Siti Afira Rachmadiasti, dan Wulan Hariyanto yang senantiasa memberikan semangat dan rekan berbagi informasi dalam penyelesaian penelitian;
11. Sahabat-Sahabat penulis dari berbagai organisasi di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya Maria Chantika Ardi, seluruh anggota BI Corner Study Club UPN “Veteran” Jakarta 2023, dan seluruh anggota HIMA S1 Manajemen;
12. Serta teman-teman seperjuangan lainnya di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, khususnya teman satu bimbingan Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M dan seluruh mahasiswa jurusan S1 Manajemen 2021.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan penelitian skripsi ini karena keterbatasan dalam pengetahuan dan wawasan. Oleh karena itu, penulis berharap dapat menerima kritik dan saran yang membangun sebagai bahan perbaikan penulisan selanjutnya.

Jakarta, 3 Oktober 2024

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORSINILITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Pemasaran	12
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.3 <i>Impulse Buying</i>	13
2.1.4 <i>Price Discount</i>	15
2.1.5 <i>Visual Merchandising</i>	17
2.1.6 <i>Product Quality</i>	19
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	21
2.3 Model Penelitian.....	31
2.3.1 Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	31
2.3.2 Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	32
2.3.3 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	32
2.4 Hipotesis.....	33

BAB III	34
METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.1.1 Definisi Operasional	34
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.2.1 Populasi.....	35
3.2.2 Sampel	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data	37
3.3.1 Jenis Data.....	38
3.3.2 Sumber Data	38
3.3.3 Pengumpulan Data.....	38
3.4 Teknik Analisis Data	39
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	40
3.4.2 Analisis Statistik Inferensial	40
3.4.3 Uji Validitas.....	44
3.4.4 Uji Reliabilitas	45
3.4.5 Uji Hipotesis	45
BAB IV	47
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	47
4.2 Deskripsi Data Penelitian	49
4.2 Uji Hipotesis dan Analisis	53
4.2.1 Analisis Data Deskriptif.....	53
4.2.2 Analisis Data Inferensial.....	56
4.4 Pembahasan	67
4.4.1 Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	67
4.4.2 Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	68
4.4.3 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	70
BAB V.....	72
SIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Simpulan.....	72
5.2 Keterbatasan Penelitian	73
5.3 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75

RIWAYAT HIDUP.....	79
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Marketplace Pengunjung Terbanyak Tahun 2023	2
Tabel 2. Peringkat Penjualan Di Shopee Tahun 2023.....	5
Tabel 3. Matriks Penelitian Sebelumnya Terkait Dengan Price Discount, Visual Merchandising, dan Product Quality.....	28
Tabel 4. Pengukuran Variabel.....	35
Tabel 5. Data BPS	37
Tabel 6. Sampel Data	37
Tabel 7. Skala Likert	39
Tabel 8. Instrumen Kisi-Kisi Penelitian.....	39
Tabel 9. Loading Factor Impulse Buying	53
Tabel 10. Loading Factor Price Discount	54
Tabel 11. Loading Factor Visual Merchandising.....	55
Tabel 12. Loading Factor Product Quality.....	56
Tabel 13. Convergen Validity	58
Tabel 14. Discriminant Validity.....	59
Tabel 15. Cross Loading Impulse Buying	60
Tabel 16. Cross Loading Price Discount	60
Tabel 17. Cross Loading Visual Merchandising.....	61
Tabel 18. Cross Loading Product Quality.....	61
Tabel 19. Cronbach's Alpha	62
Tabel 20. Composite Reliability	63
Tabel 21. Uji R-Square	64
Tabel 22. Uji Q-Square	65
Tabel 23. Uji T-Statistik.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Persentase Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Gambar 2. Kategori Konten Live Streaming Shopee Paling Banyak Dibeli Tahun 2023.....	3
Gambar 3. Peringkat Fashion Populer Di Shopee Tahun 2023	4
Gambar 4. Akun Official Shop JINISO Di Shopee	5
Gambar 5. Review Produk Di Akun Official Shop JINISO Di Shopee	6
Gambar 6. Model Penelitian	33
Gambar 7. Inner Model	40
Gambar 8. Outer Model	42
Gambar 9. Konstruk Diagram Jalur	43
Gambar 10. Logo JINISO	47
Gambar 11. Live Streaming SHOPEE JINISO	48
Gambar 12. Karakteristik Jenis Kelamin Responden	50
Gambar 13. Karakteristik Usia Responden	50
Gambar 14. Karakteristik Domisili Responden	51
Gambar 15. Karakteristik Status Responden	52
Gambar 16. Outer Model	57
Gambar 17. Inner Model	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	80
Lampiran 2. Kuesioner 120 Responden.....	85
Lampiran 3. T-Tabel	101