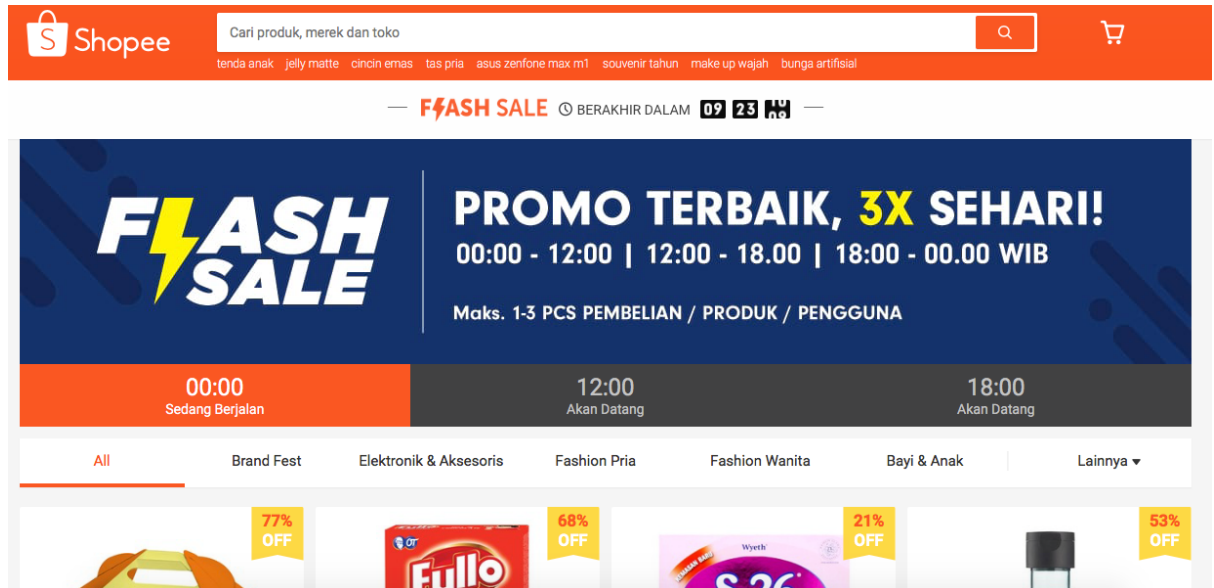




Sumber : Shopee.com

Judul Skripsi :

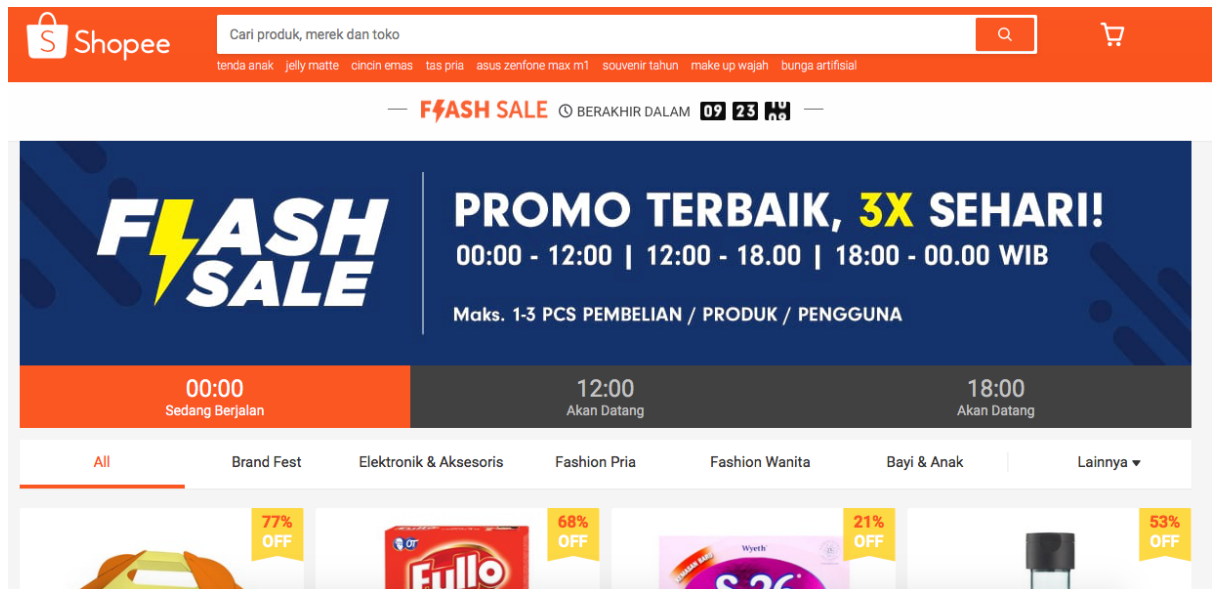
**PENGARUH PROMOSI *FLASH SALE* DI APLIKASI SHOPEE
INDONESIA TERHADAP PERILAKU KONSUMEN
(Survei pada Karyawan di Bursa Efek Indonesia, Jakarta Selatan)**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Diastry Sekar Pamungkas
NIM : 1510411144



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA



Sumber : Shopee.com

Judul Skripsi :

PENGARUH PROMOSI *FLASH SALE* DI APLIKASI SHOPEE INDONESIA TERHADAP PERILAKU KONSUMEN

(Survei pada Karyawan di Bursa Efek Indonesia, Jakarta Selatan)

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Diastry Sekar Pamungkas

NIM : 1510411144



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Diastry Sekar Pamungkas
NRP : 1510411144
Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 20 Januari 2019



PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

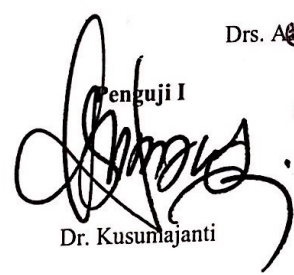
Nama : Diastry Sekar Pamungkas
N I M : 1510411144
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI FLASH SALE DI APLIKASI SHOPEE INDONESIA TERHADAP PERILAKU KONSUMEN (Survei pada Karyawan Bursa Efek Indonesia, Jakarta Selatan)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

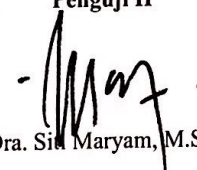
Pembimbing I


Drs. Aan Setiadarma, M.Si.

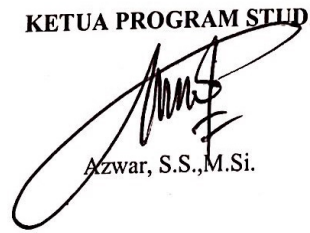
Penguji I


Dr. Kusumajanti

Penguji II


Dra. Sri Maryam, M.Si.

KETUA PROGRAM STUDI


Azwar, S.S., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 18 Januari 2018

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karuniaNya. Sehingga penelitian skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Serta tidak lupa Solawat serta Salam tercurah kepada Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini diajukan dengan judul **“PENGARUH PROMOSI *FLASH SALE* DI APLIKASI SHOPEE INDONESIA TERHADAP PERILAKU KONSUMEN”** (Survei pada Karyawan Bursa Efek Indonesia, Jakarta Selatan) sebagai syarat memperoleh gelar sarjana di jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dorongan dan semangat banyak pihak yang sangat membantu penulis. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Drs. Aan Setiadarma, M.Si. Dosen Pembimbingan Utama atas bimbingan dan arahnya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
2. Ratu Nadya W, S.Ikom, MM. Dosen Pembimbing Pendamping yang telah membimbing dan membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.
3. Azwar, M.Si. Ketua Program Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Dra. Siti Maryam, M.Si. Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
5. Dr. Kusumajanti, PLH. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
6. Runi Camelia yang telah membantu penulis selama melakukan riset di Bursa Efek Indonesia, Jakarta Selatan.
7. Orangtua penulis yakni Drs. Nunung Chadirun dan Sulastri, serta Kakak-kakak penulis yakni Pandu Dilas Pratama dan Sukma Diasti Nuryaomi yang selalu mendoakan, mendukung baik materi dan moril, serta semangat selama proses belajar di bangku kuliah hingga penyusunan skripsi.

8. Mutiah Nurul Rizki, Salsabila Radisa, Mercy Cornelia, Farah Nisa dan Kezia Sarmauli yang selalu memberikan semangat serta selalu ikhlas membantu satu sama lain tanpa pamrih selama proses penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman mahasiswa/i bimbingan Pak Aan Nafi Rizqi, Shelya Sitepu, Noviyya Verdina, Claudya Stevany, Inviani Sekoati dan Rizqy Rahayu. Mega Mercia, Aditya DJ, Andaris Bayu, Putri Apriani, Intan, Alfiatun Nisa dan juga seluruh teman-teman Periklanan dan Ilmu Komunikasi 2015 seperjuangan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selama proses penyelesaian skripsi ini selalu membantu dan menyemangati satu sama lain.
10. Teman-teman SMP penulis yakni Shintya Fajriana, Aeinah Nur, Hana Rahmi, Lucky Moza, Siska Fatimah, Indah Nuansa dan Tiur Nilamsari yang selalu memberikan aura positif serta memberikan semangat kepada penulis dengan caranya sendiri.
11. Teman-teman SMA penulis yakni Nadiah Sani, Megadeanti, Anjanika Ramadhani, Dimas Fitra, Anita Lubis, Tafarel Agustino, Disa Nadila, Amelya Jaasmiin, Vangi Vinanda, Cory Fahrurnisa, Fildzah Fajrina, Fildza Tiara, Gita Dwiputri, Annisa Rizkyani, Jasmine Alya, Bianda Puspita, Nabila Hana, Aminah Amelia, Chadijah, Firda Chaerunnisa, Marshally Masrie dan teman-teman yang lain tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan aura positif dengan dukungan serta semangat selama proses berjalannya skripsi.
12. Serta rekan-rekan HIMAIKOM 2017 yakni Ka Yoland, Ka Anggie, Dyah, Raihana, Feby, Fifi, Jasmine, Icha, Tazkiya, Ayas, Yoshua, Bang Yoshua, Aulia, Bang Ryando, Alif, Ode, Indah, Kevin, Dimboy, Dea, Dhikoy dan Bimo yang telah menyemangati dan mendoakan penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna, namun penulis sangat berharap hasil skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya mahasiswa/i UPN “Veteran” Jakarta.

Jakarta, Januari 2019

Diastry Sekar Pamungkas

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Diastry Sekar Pamungkas
NRP : 1510411144
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH PROMOSI *FLASH SALE* DI APLIKASI SHOPEE INDONESIA TERHADAP PERILAKU KONSUMEN (Survei pada Karyawan Bursa Efek Indonesia, Jakarta 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 : 20 Januari 2019

Yang menyatakan,



Diastry Sekar Pamungkas

PENGARUH PROMOSI *FLASH SALE* DI APLIKASI SHOPEE INDONESIA TERHADAP PERILAKU KONSUMEN

(Survei pada Karyawan Bursa Efek Indonesia, Jakarta Selatan)

DIASTRY SEKAR PAMUNGKAS

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh promosi *Flash Sale* di aplikasi Shopee Indonesia terhadap perilaku konsumen (Survei pada Karyawan Bursa Efek Indonesia, Jakarta Selatan). **Konsep atau teori** yang relevan dalam penelitian ini antara promosi periklanan, perilaku konsumen, faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan efek hirarki. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. **Metode penelitian** yang digunakan ialah survei. Populasi dalam penelitian ini adalah Karyawan Bursa Efek Indonesia, Jakarta Selatan dengan jumlah sampel 55 sampel. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non Probability Sampling* dengan sampel jenuh. Teknik analisis pengaruh variabel X terhadap variabel Y menggunakan uji koefisien determinasi. Teknik pengujian data diproses menggunakan program *SPSS (Statistical Product and Service Solution)* versi 23. **Hasil penelitian ini** menunjukkan bahwa korelasi dari variabel X dan variabel Y yaitu memiliki hubungan yang kuat (baik). Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasilnya yaitu adanya pengaruh variabel Y ditentukan oleh variabel X. Dengan demikian perhitungan t hitung $>$ t tabel, maka **dapat disimpulkan** H_0 ditolak H_a diterima yang berarti semakin besar pengaruh Promosi *Flash Sale* di Aplikasi Shopee Indonesia akan semakin tinggi terhadap Perilaku Konsumen.

Kata Kunci: Promosi *Flash Sale*, Perilaku Konsumen, Teori Efek Hirarki.

THE EFFECT OF *FLASH SALE* PROMOTION IN THE SHOPEE INDONESIA APPLICATION ON CONSUMER BEHAVIOR

(Survey on Indonesian Stock Exchange Employees, South Jakarta)

DIASTRY SEKAR PAMUNGKAS

Abstract

This study aims to determine the magnitude of the effect of promotion of Flash Sale in Indonesian Shopee applications on consumer behavior (Survey on Indonesian Stock Exchange Employees, South Jakarta). Relevant concepts or theories in this study between advertising promotion, consumer behavior, factors that influence consumer behavior and hierarchical effects. This study uses a quantitative research approach. The research method used is survey. The population in this study were Indonesian Stock Exchange employees, South Jakarta with a sample of 55 samples. The sampling technique in this study uses a Non Probability Sampling with saturated samples. The technique of analyzing the effect of variable X on the Y variable using the coefficient of determination test. Data testing techniques are processed using the SPSS program (Statistical Product and Service Solution) version 23. The results of this study indicate that the correlation of variables X and Y is a strong (good) relationship. Based on the calculation of the coefficient of determination, the result is the influence of the variable Y determined by variable X. Thus the calculation of $t_{count} > t_{table}$, it can be concluded H_0 is rejected H_a accepted, which means the greater the influence of Flash Sale Promotion in Indonesian Shopee Applications will be higher towards Behavior Consumer.

Keywords: Promotion of Flash Sale, Consumer Behavior, Hierarchy Effect Theory.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
Abstrak	vii
<i>Abstrack</i>.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademik.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Sistematika Penulisan	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Konsep-Konsep Penelitian.....	16
2.2.1 Definisi Periklanan.....	16
2.2.2 Promosi	17
2.2.3 <i>E-commerce</i>	18
2.2.4 Shopee Indonesia	19
2.2.5 <i>Flash Sale</i>	19
2.2.6 Perilaku Konsumen.....	20

2.3 Teori Penelitian	21
2.3.1 <i>Hierarchy of Effect Model</i>	21
2.4 Kerangka Berpikir.....	25
2.5 Operasionalisasi Variabel	27
2.6 Hipotesis	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian	30
3.1.1 Metode Penelitian.....	30
3.1.2 Pendekatan Penelitian.....	30
3.1.3 Jenis Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Sampel.....	31
3.3 Metode Pengumpulan Data	32
3.3.1 Primer	32
3.3.2 Sekunder.....	33
3.4 Metode Analisis Data	34
3.4.1 Uji Validitas	34
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.4.3 Uji Korelasi	35
3.4.4 Uji Koefisien Determinasi.....	36
3.4.5 Uji Hipotesis.....	37
3.4.6 Hasil <i>Pretest</i>	37
3.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	46
4.1.1 Profil Iklan Shopee	46
4.1.2 Visi dan Misi Shopee Indonesia	47

4.1.3 Profil Bursa Efek Indonesia	48
4.1.4 Visi dan Misi Bursa Efek Indonesia	48
4.2 Hasil Penelitian	49
4.2.1 Karakteristik Responden	49
4.2.2 Data Analisis Variabel X	53
4.2.3 Data Analisis Variabel Y	67
4.2.4 Hasil Uji Korelasi	77
4.2.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi	79
4.2.6 Hasil Uji Hipotesis	80
4.3 Pembahasan.....	81
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran	87
 DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.2 Kerangka Berpikir.....	26
Tabel 2.3 Operasional Variabel	28
Tabel 3.1 Pembobotan Skor Skala Ordinal.....	33
Tabel 3.2 Hasil Responden Pretest	37
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X	38
Tabel 3.3.1 Uji Validitas Variabel X	39
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Y	40
Tabel 3.4.1 Uji Validitas Variabel Y	41
Tabel 3.5 <i>Alpha Cronbach's</i>	42
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel X	42
Tabel 3.6.1 Uji Reliabilitas Variabel X	43
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Variabel Y	43
Tabel 3.7.1 Uji Reliabilitas Variabel Y	44
Tabel 3.8 Periode Waktu Penelitian.....	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden: Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden: Usia Responden.....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden: Tingkat Pendidikan	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden: Rata-rata Pendapatan.....	51
Tabel 4.5 Karakteristik Responden: Divisi Pekerjaan	52
Tabel 4.6 Karakteristik Responden: Pengguna Shopee	52
Tabel 4.7 Mengetahui Promosi <i>Flash Sale</i>	53
Tabel 4.8 Mengikuti Promosi <i>Flash Sale</i>	53
Tabel 4.9 Pernyataan 1	54
Tabel 4.10 Pernyataan 2.....	54
Tabel 4.11 Pernyataan 3.....	55
Tabel 4.12 Pernyataan 4.....	55
Tabel 4.13 Pernyataan 5.....	56
Tabel 4.14 Pernyataan 6.....	57

Tabel 4.15 Pernyataan 7.....	57
Tabel 4.16 Pernyataan 8.....	58
Tabel 4.17 Pernyataan 9.....	58
Tabel 4.18 Pernyataan 10.....	59
Tabel 4.19 Pernyataan 11.....	60
Tabel 4.20 Pernyataan 12.....	60
Tabel 4.21 Pernyataan 13.....	61
Tabel 4.22 Pernyataan 14.....	62
Tabel 4.23 Pernyataan 15.....	62
Tabel 4.24 Pernyataan 16.....	63
Tabel 4.25 Pernyataan 17.....	63
Tabel 4.26 Pernyataan 18.....	64
Tabel 4.27 Pernyataan 19.....	65
Tabel 4.28 Pernyataan 20.....	65
Tabel 4.29 Pernyataan 21.....	66
Tabel 4.30 Pernyataan 22.....	67
Tabel 4.31 Pernyataan 23.....	68
Tabel 4.32 Pernyataan 24.....	68
Tabel 4.33 Pernyataan 25.....	69
Tabel 4.34 Pernyataan 26.....	70
Tabel 4.35 Pernyataan 27.....	70
Tabel 4.36 Pernyataan 28.....	71
Tabel 4.37 Pernyataan 29.....	71
Tabel 4.38 Pernyataan 30.....	72
Tabel 4.39 Pernyataan 31.....	73
Tabel 4.40 Pernyataan 32.....	73
Tabel 4.41 Pernyataan 33.....	74
Tabel 4.42 Pernyataan 34.....	74
Tabel 4.43 Pernyataan 35.....	75
Tabel 4.44 Pernyataan 36.....	76
Tabel 4.45 Pernyataan 37.....	76

Tabel 4.46 Pernyataan 38.....	77
Tabel 4.47 Nilai Interpretasi Keofisien Korelasi	78
Tabel 4.48 Hasil Perhitungan Uji Korelasi	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Survei Pertumbuhan Penggunaan Internet di Indonesia	2
Gambar 1.2 5 Besar Aplikasi <i>Mobile</i> yang Paling Populer	4
Gambar 1.3 Spanduk <i>Flash Sale</i> pada Shopee	5
Gambar 1.4 Hasil Survei Pengguna <i>e-commerce</i> di BEI	6
Gambar 2.1 Model Efek Hirarki	22
Gambar 4.1 Logo Shopee	46
Gambar 4.2 Logo BEI	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Riset

Lampiran B1 Lembar Kuesioner

B2 Hasil Tabel Frekuensi

B3 Tabel Induk

B4 Hasil Data Variabel X dan Variabel Y

Lampiran C Riwayat Hidup