

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS DAN *FLASH SALE*
TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DI SHOPEE PADA SISWA/I
SMA BINA WARGA 1 PALEMBANG**

SKRIPSI

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Indo Global Mandiri**



**Disusun oleh:
RIRIN NURMILA SARI
NPM. 2020510086**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
FAKULTAS EKONOMI
TAHUN 2024**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis dan Flash Sale Terhadap Impulsive Buying di Shopee Pada Siswa/i SMA Bina Warga 1 Palembang
Nama : Ririn Nurmila Sari
NPM : 2020510086
Program Studi : Manajemen
Pembimbing I : Endah Dewi Purnamasari, SE.,MM.,CFP
Pembimbing II : Meilin Veronica, SE.,MM.,Ak.,CA
Tanggal Ujian Skripsi : 29 Januari 2024

Palembang, 02 Februari 2024

Disetujui Oleh,

Pembimbing I,



Endah Dewi Purnamasari, SE.,MM., CFP
NIDN: 0204128602

Pembimbing II,



Meilin Veronica, SE.,MM.,Ak.,CA
NIDN. 0225058402

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc
NIDN.0213109401

Dekan Fakultas Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI




Endah Dewi Purnamasari, SE.,MM.,CFP
NIDN. 0204128602


LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

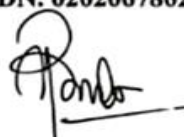
Skripsi ini di ajukan oleh :

Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Dan Flash Sale Terhadap Impulsive Buying Di Shopee Pada Siswa/i SMA Bina Warga 1 Palembang.
Nama : Ririn Nurmila Sari
NPM : 2020510086
Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan Dosen Penguji Ujian Skripsi & Komprehensif, dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

Ketua Penguji : 
Endah Dewi Purnamasari, SE.,MM.,CFP
NIDN. 0204128602

Penguji I : 
Mohammad Kurniawan DP , SE., M.Si
NIDN. 0202067802

Penguji II : 
Roswaty, SE., M.Si
NIDN. 0219096301

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen


Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc
NIDN.0213109401

Dekan Fakultas Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI

Endah Dewi Purnamasari, SE.,MM.,CFP
NIDN. 0204128602

LEMBAR REVISI

Nama : Ririn Nurmila Sari
NPM : 2020510086
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Dan Flash Sale Terhadap Impulsive Buying Di Shopee Pada Siswa/i SMA Bina Warga I Palembang

Ketua Penguji :



Endah Dewi Purnamasari, SE.,MM.,CFP
NIDN : 0204128602

Penguji I :



Mohammad Kurniawan DP, SE., M.Si
NIDN : 0202067802

Penguji II :



Roswaty, SE., M.Si
NIDN : 0219096301

Palembang, 02 Februari 2024
Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuarni, SE.,M.Sc.,CFP.,AFA
NIDN.0213109401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ririn Nurmila Sari

NPM : 2020510086

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- 1 Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari para pembimbing yang ditetapkan.
- 2 Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun di perguruan tinggi lain.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palembang, 02 Februari 2024



Ririn Nurmila Sari

NPM. 2020510086

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis dan *Flash Sale* Terhadap *Impulsive Buying* di Shopee pada Siswa/i SMA Bina Warga 1 Palembang” Dalam penyusunan skripsi, penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Marzuki Alie, SE., M.M selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
2. Endah Dewi Purnamasari, SE.,MM.,CFP selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc.,CFP.,AFA. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Endah Dewi Purnamasari, SE., MM.,CFP selaku Dosen Pembimbing I dan Meilin Veronica, SE.,MM.,Ak.,CA selaku Dosen Pembimbing II . Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang atas segala ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama ini kepada penulis.

6. Seluruh staf tata usaha, staf perpustakaan, dan staf keamanan Universitas Indo Global Mandiri atas segala bantuannya selama ini.
7. SMA Bina Warga 1 Palembang baik staff tata usaha maupun pihak kesiswaan yang tidak bisa disebutkan satu persatu dan seluruh responden terimakasih karena telah memberikan waktu dan kesediaan dalam membantu penyelesaian skripsi ini.
8. Orang tua, Ayah dan Ibunda ku tercinta, terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan, dan doa di setiap keringat yang tak terhingga, hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan meraih cita-cita.
9. Teman-teman dari SMA (Nisa, Dwi, Vilya dan Febri). Lalu teman-teman lainnya atas segala kebersamaan dan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis, terkhusus (Akusihyes, Dulur KKN-T dan Boedaksss Mentoksss).
10. Donbelle yang selalu menemani penulis dengan konten mereka dan acara mereka yang sangat dapat menghibur penulis, terimakasih karena dengan adanya kalian penulis lebih semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
11. *Last but not least*, terimakasih untuk diri saya sendiri yang telah berkerja keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun keadaan dan proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri, *you did it Ririn*.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan membutuhkan.

Palembang, 07 November 2023
Penyusun,

Ririn Nurmila Sari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi belanja hedonis dan *flash sale* terhadap *impulsive buying* pada Siswa/i SMA Bina Warga 1 Palembang. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 130 responden yang merupakan pengguna aplikasi Shopee yaitu Siswa/i Kelas XII SMA Bina Warga 1 Palembang.

Hasil penelitian ini uji t parsial pada variabel motivasi belanja hedonis menunjukkan nilai sebesar 3.460 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, sedangkan pada variabel *flash sale* menunjukkan nilai sebesar 4.546 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa hipotesis Motivasi Belanja Hedonis dan *Flash Sale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying*. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2), diketahui bahwa nilai pengaruh motivasi belanja hedonis dan *flash sale* terhadap *impulsive buying* adalah sebesar 35,6%, dan berdasarkan hasil perhitungan uji F hipotesis di terima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $35.096 > 3.070$ sehingga dengan demikian hipotesis H_a diterima yang berarti Motivasi Belanja Hedonis dan *Flash Sale* berpengaruh secara bersama-sama terhadap *Impulsive Buying*. Maka dapat dipastikan bahwa Motivasi Belanja Hedonis dan *Flash Sale* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying* pada Siswa/i SMA Bina Warga 1 Palembang.

Kata Kunci: *Hedonis, Flash Sale, Impulsive Buying.*

ABSTRACT

The study aims to analyze the influence of hedonistic shopping motivations and flash sales on impulsive buying among students of the 1st Palembang High School. This research method uses a quantitative approach by distributing a questionnaire to 130 respondents who are users of the Shopee application, namely students in the 12th grade of high school.

The results of this study showed a value of 3,460 with a significance value of $0,001 < 0,05$, whereas on the flash sale variable, the value of 4,546 with a significant value of $0,000 < 0,05$ showed that the hedonic shopping motivation and flash sale hypothesis had a positive and significant influence on impulse buying. Based on the calculation of the determination coefficient (R^2), it was known that the influence value of hedonic shopping motivation and flash sales on impulsive buying was 35.6%, and based on the F test calculation, the hypothesis was accepted if $F\text{-calculation} > F\text{table}$ or $35.096 > 3.070$. thus accepting the hypotheses of H_a , which means that hedonistic shopping motivations and flash sales have a joint effect on impulse buying, so it can be confirmed that hedonistic sales motivation has a positive influence and a significant effect on impulse buying in high school students.

Keywords: *Hedonic, Flash Sale, Impulsive Buying.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR REVISI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Gambaran Umum Perusahaan	10
1.5.1 Sejarah SMA Bina Warga 1 Palembang.....	10
1.5.2 Profil Sekolah SMA Bina Warga 1 Palembang	12
1.5.3 Visi SMA Bina Warga 1 Palembang.....	12
1.5.4 Misi SMA Bina Warga 1 Palembang	13
1.5.5 Struktur Organisasi.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.2 Perilaku Konsumen	16
2.2.1 Pola Perilaku Konsumen	17
2.3 Motivasi Belanja Hedonis	18

2.3.1 Definisi Motivasi Belanja Hedonis	18
2.3.2 Indikator Motivasi Belanja Hedonis.....	19
2.4 Promosi Penjualan.....	20
2.4.1 Bauran Pemasaran	20
2.4.2 Alat-alat Promosi Penjualan	21
2.5 <i>Flash Sale</i>	23
2.5.1 Definisi <i>Flash Sale</i>	23
2.5.2 Tujuan <i>Flash Sale</i>	24
2.5.3 Indikator <i>Flash Sale</i>	24
2.6 <i>Impulsive Buying</i>	25
2.6.1 Definisi <i>Impulsive Buying</i>	25
2.6.2 Faktor yang Mempengaruhi <i>Impulsive Buying</i>	26
2.6.3 Indikator <i>Impulsive Buying</i>	28
2.7 Hubungan Antar Variabel.....	29
2.7.1 Hubungan Motivasi Belanja Hedonis dengan <i>Impulsive Buying</i>	29
2.7.2 Hubungan <i>Flash Sale</i> dengan <i>Impulsive Buying</i>	29
2.8 Penelitian Terdahulu	30
2.9 Kerangka Pemikiran.....	33
2.10 Hipotesis	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	35
3.2 Objek Penelitian.....	35
3.3 Waktu dan Tempat Penelitian.....	35
3.4 Batasan Penelitian	35
3.5 Jenis dan Sumber Data	36
3.5.1 Jenis Data.....	36
3.5.2 Sumber Data.....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data	37
3.7 Populasi dan Sampel	38
3.7.1 Populasi	38

3.7.2 Sampel	39
3.8 Teknik Analisis	40
3.8.1 Uji Kualitas Data	40
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	41
3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
3.8.4 Uji Hipotesis	43
3.8.5 Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R ²)	45
3.9 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	47
3.9.1 Definisi Operasional.....	47
3.9.2 Pengukuran Variabel	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Karakteristik Responden.....	49
1. Kelas.....	49
2. Jenis Kelamin Responden.....	50
3. Melakukan Pembelian di Shopee.....	51
4.1.2 Uji Kualitas Data.....	52
4.1.3 Uji Asumsi Klasik	56
4.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
4.1.5 Uji Hipotesis	63
4.1.6 Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R ²)	66
4.7 Pembahasan	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	76
Daftar Pustaka	78
Lampiran	81

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Korelasi.....	44
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	47
Tabel 3.3 Skala Pengukuran Variabel.....	48
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Kelas.....	49
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Melakukan Pembelian di Shopee.....	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Motivasi Belanja Hedonis (X_1).....	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas <i>Flash Sale</i> (X_2).....	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas <i>Impulsive Buying</i> (Y).....	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	57
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Uji Heteroskedastisitas.....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	67
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Pengguna Kunjungan Situs <i>E-Commerce</i> Terbesar di Indonesia	2
Gambar 1.2 Tampilan <i>Flash Sale</i> di Shopee	7
Gambar 1.3 Struktur Organisasi SMA Bina Warga 1 Palembang	14
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1 Grafik Uji Normalitas	58
Gambar 4.2 Grafik Uji Heteroskedastisitas Scutter Plot.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kartu Bimbingan.....	81
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian / Survey	86
Lampiran 3 Surat Balasan Izin Penelitian / Survey	96
Lampiran 4 Kuesioner.....	106
Lampiran 5 Hasil Analisis Data.....	107
Lampiran 6 Tabulasi Data Kuesioner	108