

**PENGARUH *FLASH SALE* DAN *PAYLATER* TERHADAP PERILAKU
KONSUMSI IMPULSIF PENGGUNA SHOPEE DI INDONESIA
(STUDI PADA MASYARAKAT KOTA CIREBON)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Persyaratan Penelitian dan Penulisan Skripsi sebagai Bagian
dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi Bisnis Digital



Oleh
Jasmine Syafa Aqilah
NIM 1905476

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KAMPUS TASIKMALAYA
2023**

**PENGARUH *FLASH SALE* DAN *PAYLATER* TERHADAP PERILAKU
KONSUMSI IMPULSIF PENGGUNA SHOPEE DI INDONESIA
(STUDI PADA MASYARAKAT KOTA CIREBON)**

**Oleh
Jasmine Syafa Aqilah**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian dari Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Bisnis Program Studi Bisnis Digital**

**© Jasmine Syafa Aqilah
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2023**

**Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difoto copy, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis**

JASMINE SYAFA AQILAH

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

JASMINE SYAFA AQILAH

**PENGARUH *FLASH SALE* DAN *PAYLATER* TERHADAP PERILAKU
KONSUMSI IMPULSIF PENGGUNA SHOPEE DI INDONESIA
(STUDI PADA MASYARAKAT KOTA CIREBON)**

disetujui dan disahkan oleh dosen pembimbing:

Pembimbing I



Syti Sarah Maesaroh, S.P., M.M.

NIP 920190219900625201

Pembimbing II



Adi Prehanto, S.S., M.Pd.

NIP 920200419880223101

Mengetahui,

**Ketua Program Studi S1 Bisnis Digital UPI
Kampus Tasikmalaya**



Syti Sarah Maesaroh, S.P., M.M.

NIP 920190219900625201

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Flash Sale* dan *Digital Buy-Now Pay-Later* terhadap Perilaku Konsumsi Impulsif Pengguna Shopee di Kota Cirebon” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Tasikmalaya, 6 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Jasmine Syafa Aqilah

1905476

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Flash Sale* dan *Paylater* terhadap Perilaku Konsumsi Impulsif Pengguna Shopee di Indonesia (Studi pada Masyarakat Kota Cirebon)” ini merupakan karya tulis yang menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis dari Program Studi Bisnis Digital di Universitas Pendidikan Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penelitian ini. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang berarti bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi dan bisnis. Penulis juga berharap bahwa skripsi ini dapat membuka pintu untuk penelitian lebih lanjut mengenai topik terkait di masa yang akan datang.

Tasikmalaya, 6 Agustus 2023

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan rasa syukur dan bahagia, saya ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Proses penulisan ini tidak akan berjalan lancar tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin mengungkapkan rasa terima kasih saya kepada:

1. Allah Swt. atas rahmat dan petunjuk-Nya sepanjang penulisan skripsi ini. Semua yang telah saya capai hingga saat ini adalah berkat anugerah-Nya.
2. Kedua orang tua saya, Mama dan Papa tercinta yang telah membesarkan dan menyayangi saya serta mendoakan seluruh langkah yang saya ambil selama ini. Yang telah memberikan dukungan moril dan materil sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Syti Sarah Maesaroh, S.P., M.M. selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya.
4. Ibu Syti Sarah Maesaroh, S.P., M.M. dan Bapak Adi Prehanto, S.S., M.Pd. yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan ilmu, arahan, serta bimbingan selama penyusunan skripsi ini dilakukan.
5. Bapak Oding Herdiana, S.Kom., M.Kom. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan mengarahkan saya selama berkuliah.
6. Seluruh dosen dan staff Program Studi Bisnis Digital UPI Kampus Tasikmalaya.
7. Kedua adik saya, Rihan dan Baiza yang rutin memberi dukungan dengan mengirimkan foto kegiatan sehari-hari mereka dan foto kucing-kucing di rumah.
8. Carin, Intan, Maya, Sreyash, dan Taya yang bersedia mendengar keluh kesah dan menemani saya hingga saat ini. Terima kasih karena selalu memberikan dukungan, ide-ide, serta waktu berharga untuk berdiskusi dan berbagi pemikiran. Kalian membuat perjalanan ini lebih berwarna dan menyenangkan.

9. Responden dan partisipan penelitian yang telah berkenan meluangkan waktu dan memberikan tanggapan yang berharga. Tanpa partisipasi mereka, penelitian ini tidak akan menjadi mungkin.

10. Kucing-kucing dan hamster saya, Dudung, Coco, Cingciripit, Goma, Bilo, Sapi, dan Cucu.

Semua dukungan dan bantuan yang telah diberikan sangat berarti bagi saya. Ucapan terima kasih ini tidak akan pernah cukup untuk menyampaikan rasa penghargaan dan rasa syukur yang mendalam. Semoga apa yang telah saya capai dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak. Terima kasih sekali lagi atas semua yang telah diberikan.

Tasikmalaya, 6 Agustus 2023

Jasmine Syafa Aqiilah

**PENGARUH *FLASH SALE* DAN *PAYLATER* TERHADAP PERILAKU
KONSUMSI IMPULSIF PENGGUNA SHOPEE DI INDONESIA
(STUDI PADA MASYARAKAT KOTA CIREBON)**

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 telah mengubah pola hidup masyarakat Indonesia. Diterapkannya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) menuntut masyarakat untuk beradaptasi dengan melakukan berbagai kegiatan secara daring. Keterbatasan dalam beraktivitas ini memicu peningkatan waktu jelajah internet seiring dengan lebih seringnya masyarakat menggunakan gawai untuk mendukung kegiatan sehari-hari. Hal ini menyebabkan aktivitas perekonomian digital, terutama *e-commerce* mengalami peningkatan signifikan karena belanja *online* dapat menjadi alternatif untuk menghilangkan kebosanan. Alhasil, pembelian impulsif tidak terelakkan karena rasa senang yang menggebu-gebu, yang timbul ketika seseorang melakukan pembelian secara spontan dapat mengalihkan perhatian dan menghindari rasa cemas atas ketidakmampuan untuk bersosialisasi dengan dunia luar. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana *flash sale* dan *paylater* memengaruhi timbulnya perilaku konsumsi impulsif terhadap 164 pengguna Shopee di Kota Cirebon yang memenuhi kriteria penelitian. Data pada penelitian ini dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner yang kemudian diolah menggunakan *software* IBM SPSS 25. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, *flash sale* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi impulsif pengguna Shopee di Kota Cirebon, *paylater* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi impulsif pengguna Shopee di Kota Cirebon, dan *flash sale* serta *paylater* berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumsi impulsif pengguna Shopee di Kota Cirebon.

Kata kunci: *Flash sale*, *paylater*, Shopee PayLater, Perilaku konsumsi impulsif

**THE INFLUENCE OF FLASH SALE AND PAYLATER TOWARDS
IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR OF SHOPEE USERS IN INDONESIA
(STUDY ON CIREBON CITIZENS)**

ABSTRACT

Lifestyle of Indonesian people has changed due to the COVID-19 pandemic. The implementation of the Large-Scale Social Restrictions (PSBB) policy requires the community to adapt by carrying out various activities online. This limitation in activities triggers an increase in internet surfing time as people use gadgets more often to support their daily activities. This has caused digital economic activity, especially e-commerce, to experience a significant increase because online shopping can be an alternative to get rid of boredom. As a result, impulse purchases are inevitable because of the passionate and excitement that arises when a person makes a spontaneous purchase that can divert attention and avoid anxiety over the inability to socialize with the outside world. This research was conducted to find out how flash sale and paylater affect the emergence of impulsive buying behavior towards 160 Shopee users in Cirebon who meet the research criteria. Data in this study were collected by distributing questionnaires which were then processed using IBM SPSS 25. Based on the results of this study, flash sales did not significantly influence impulsive buying behavior, paylater significantly affected impulsive buying behavior, and flash sale and paylater simultaneously have a significant effect on impulsive buying behavior.

Keyword: Flash sale, paylater, Shopee PayLater, Impulsive Buying Behavior

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	I
KATA PENGANTAR	II
UCAPAN TERIMA KASIH.....	III
ABSTRAK.....	V
ABSTRACT.....	VI
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR TABEL.....	X
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR LAMPIRAN.....	XII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS..	6
2.1 Kajian Pustaka.....	6
2.1.1 <i>Flash Sale</i> sebagai Salah Satu Program Promosi.....	6
2.1.2 Penggunaan <i>Marketplace</i> sebagai Sarana <i>E-Commerce</i>	7
2.1.3 Sistem Pembayaran <i>Paylater</i>	11
2.1.4 Perilaku Konsumen dan Konsumsi Impulsif	13
2.1.5 Penelitian Terdahulu	17

2.2	Kerangka Pemikiran	19
2.3	Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN.....		20
3.1	Objek Penelitian	20
3.2	Metode Penelitian	20
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	20
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	21
3.2.3	Jenis dan Sumber Data	25
3.2.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	26
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	28
3.2.7	Rancangan Analisis Data	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1	Uji Instrumen.....	33
4.1.1	Uji Validitas	33
4.1.2	Uji Reliabilitas	34
4.2	Gambaran Umum	35
4.2.1	Profil Shopee.....	35
4.2.2	Karakteristik Responden	36
4.3	Analisis Deskriptif.....	40
4.3.1	Variabel <i>Flash Sale</i>	40
4.3.2	Variabel <i>Paylater</i>	42
4.3.3	Variabel Perilaku Konsumsi Impulsif.....	45
4.4	Pengujian Asumsi Klasik	47
4.4.1	Hasil Uji Normalitas	47
4.4.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	49

VIII

4.4.3	Hasil Uji Autokorelasi.....	50
4.4.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
4.5	Uji Hipotesis.....	51
4.5.1	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	51
4.5.2	Hasil Uji t (Uji Parsial)	52
4.5.3	Hasil Uji F (Uji Simultan).....	55
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI		57
5.1	Simpulan.....	57
5.2	Rekomendasi	57
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN.....		65
RIWAYAT HIDUP.....		78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan dengan Penelitian.....	17
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	21
Tabel 3.2 Scoring Jawaban Kuesioner	25
Tabel 3.3 Kategori Persentase Penilaian.....	30
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	33
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	34
Tabel 4.3 Sebaran Usia Responden.....	36
Tabel 4.4 Sebaran Jenis Kelamin Responden	37
Tabel 4.5 Sebaran Pekerjaan Responden	37
Tabel 4.6 Sebaran Penghasilan Responden.....	38
Tabel 4.7 Sebaran Pengeluaran untuk Transaksi Online Per Bulan Responden..	39
Tabel 4.8 Tanggapan terhadap Dimensi Kemenarikan	40
Tabel 4.9 Tanggapan terhadap Dimensi Frekuensi.....	41
Tabel 4.10 Tanggapan terhadap Dimensi Manfaat	42
Tabel 4.11 Tanggapan terhadap Dimensi Kemudahan	42
Tabel 4.12 Tanggapan terhadap Dimensi Manfaat	43
Tabel 4.13 Tanggapan terhadap Keamanan	44
Tabel 4.14 Tanggapan terhadap Spontanitas	45
Tabel 4.15 Tanggapan terhadap Kekuatan, Kompulsi, dan Intensitas	46
Tabel 4.16 Tanggapan terhadap Kegairahan dan Stimulasi.....	46
Tabel 4.17 Tanggapan terhadap Ketidakpedulian akan Akibat	47
Tabel 4.18 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	49
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4.20 Hasil Uji Autokorelasi	50
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	52
Tabel 4.22 Hasil Uji t.....	52
Tabel 4.23 Hasil Uji F	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 4.1 Uji Histogram.....	48
Gambar 4.2 Grafik P-P Plot	48
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 2. rtabel.....	70
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	72
Lampiran 4. Dokumentasi Pengambilan Data	77

