

**PENGARUH PENGGUNAAN LAYANAN PAYLATER DAN NILAI  
BELANJA HEDONIS TERHADAP POLA PEMBELIAN IMPULSIF PADA  
PENGGUNA APLIKASI E-COMMERCE SHOPEE**



**DIAH AYU HERAWATI**

**20420007**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**SURABAYA**

**2023**

### SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Diah Ayu Herawati

NPM : 20420007

Alamat : Jl. Wonokitri GG Buntu 92B

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**PENGARUH PENGGUNAAN LAYANAN PAYLATER DAN NILAI BELANJA HEDONIS TERHADAP POLA PEMBELIAN IMPULSIF PADA PENGGUNA APLIKASI E-COMMERCE SHOPEE**". Bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain.

Surabaya, 9 Februari 2024  
Yang membuat pernyataan



**DIAH AYU HERAWATI**  
NPM : 20420007

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

PENGARUH PENGGUNAAN LAYANAN PAYLATER DAN NILAI  
BELANJA HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA  
PENGGUNA APLIKASI E-COMMERCE SHOPEE


Diajukan oleh :

**DIAH AYU HERAWATI**

NPM : 20420007

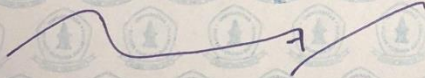
TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING

  
Lestari, SE., M.M

Tanggal,

KETUA PROGRAM STUDI

  
Dr. Adrianto Trimarjono, SE., M.M

Tanggal,

24 Januari 2024

**SKRIPSI**

**PENGARUH PENGGUNAAN LAYANAN PAYLATER DAN NILAI  
BELANJA HEDONIS TERHADAP POLA PEMBELIAN IMPULSIF PADA  
PENGGUNA APLIKASI E-COMMERCE SHOPEE**

**Diajukan Oleh :**

**DIAH AYU HERAWATI**  
NPM : 20420007

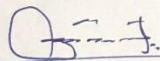
Susunan Dewan Penguji

**Dosen Pembimbing**



**Lestari, SE., MM.**

**Ketua Dewan Penguji**



**Dr. Wahyudiono, SE., MM.**

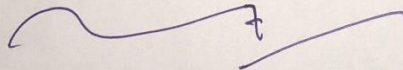
**Anggota Penguji**



**Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE., M.Si.**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**Ketua Program Studi**



**Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.**

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bismillahirrohmanirrahim dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Sarjana Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, dengan judul **"Pengaruh Penggunaan Layanan Paylater dan Nilai Belanja Hedonis terhadap Pola Pembelian Impulsif Pada Pengguna Aplikasi E-Commerce Shopee"**.

Telah terselesaikannya proses penyusunan skripsi ini saya mengucapkan banyak-banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam proses berjalannya penelitian ini hingga sampai pada puncak penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, Sp. THT-KL (K), FICS., selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs.Ec.Gimanto Gunawan, MM, M.Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Andrianto.T, SE., MM., selaku Ketua Program Studi (Kaprodi) Ekonomi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Lestari, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih banyak atas waktu yang telah diluangkan, kesabaran dalam bimbingan, perhatian,

memberikan ilmu serta masukan yang sangat menambah pengetahuan dan telah bersedia membantu dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

5. Ibu Dewi Nuraini, SE., selaku Wali Dosen yang turut membantu peneliti dalam memberikan masukan dan informasi mengenai perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan berbagai ilmu dan wawasan pengetahuan selama masa perkuliahan sehingga dapat membantu penulis hingga berhasil menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua Ibu saya, Setiowati dan Dra. Misniati, untuk beliau berdua skripsi ini penulis persembahkan. Terima kasih atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membesarkan, membimbing, dan mendukung penulis selama ini sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita. Kesuksesan dan segala hal baik yang kedepannya akan penulis dapatkan adalah karena dan untuk kalian berdua.
8. Saudara-saudara penulis, Marvita Dwi Noviarini, SM., Novaldi Heri Perdana Putra, Dwi Kurnia Alamsyah, Tias Rasmayanti, Kamila Alifa Suhendro, terima kasih telah memberikan banyak dukungan pada penulis, dan selalu percaya pada mimpi-mimpi penulis.
9. Sahabat dan teman diantaranya: Xu Dong Xu , Annisa Hermalia Putri, Farah Dheliana Zeline, Meza Luna Andara Dinanti, Enggrasia Putri Agnesti, Chabelita Paradis Prayurin, Febby Diah dan teman-teman lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu, telah memberikan dukungan,

berjuang bersama-sama, dan memberikan semangat satu sama lain, sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas dalam waktu yang tepat.

10. Kepada pihak-pihak berkepentingan yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, terima kasih banyak atas dukungan dan doa baiknya.

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang tulus atas dukungan yang diberikan kepada peneliti. Semoga Allah SWT senantiasa melindungi dan membalas dengan rahmat yang melimpah kepada kita semua. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan dan wawasan ilmu bagi para pembaca dan penelitian selanjutnya.

Surabaya, 24 Januari 2024



Diah Ayu Herawati

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
ABSTRACT .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Masalah .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	8
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	8
2.1.1.1 Definisi Pemasaran .....	8
2.1.1.2 Konsep Pemasaran .....	8
2.1.1.3 Marketing Mix .....	11
2.1.1.4 Belanja Online .....	14



2.1.2 Paylater .....	17
2.1.3 Nilai Belanja Hedonis .....	21
2.1.4 Pola Pembelian Impulsif .....	22
2.2 Peneliti Sebelumnya .....	25
2.3 Hipotesis/Model Analisis .....	31
2.3.1 Hipotesis .....	31
2.3.2 Model penelitian .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Pendekatan penelitian .....	32
3.2 Populasi dan Sampel .....	32
3.3 Identifikasi Variabel .....	33
3.3.1 Variabel Bebas (Independent Variable) .....	33
3.3.2 Variabel Terikat (Dependent Variable) .....	34
3.4 Definisi Operasional .....	34
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	36
3.6 Prosedur Pengumpulan Data .....	37
3.7 Teknik Analisis .....	38
3.7.1 Uji Kualitas Data .....	38
3.7.2 Uji Analisis Regresi Berganda .....	38
3.7.3 Uji Hipotesis .....	39
3.7.3.1 Uji Parsial ( Uji t ) .....	39
3.7.3.2 Uji Simultan ( Uji F ) .....	39
3.7.3.3 Uji Koefisien Determinasi ( Uji r ) .....	40



5.2 Saran .....	64
DAFTAR PUSTAKA .....	65
LAMPIRAN .....	67

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia .....	1
Gambar 1.2 Layanan Paylater yang sering digunakan .....	3
Gambar 4.1 Diagram Jenis Kelamin .....	42

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya .....	25
Tabel 3.1 Skala Likert .....	37
Tabel 4.1 Jawaban Responden Mengenai Paylater .....	44
Tabel 4.2 Jawaban Responden Mengenai Nilai Belanja Hedonis .....	47
Tabel 4.3 Jawaban Responden Mengenai Pembelian Impulsif .....	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Paylater .....	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Nilai Belanja Hedonis .....	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Pembelian Impulsif .....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji t .....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji f .....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda.....	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	68
Lampiran 2 Jawaban Responden .....	71
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas .....	78
Lampiran 4 Hasil Uji Realibilitas .....	80
Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	81
Lampiran 6 Hasil Uji t .....	81
Lampiran 7 Hasil Uji f .....	82
Lampiran 8 Hasil Uji r .....	82
Lampiran 9 Hasil Turnitin .....	83

## ABSTRAK

Generasi milenial mengalami perubahan pola pembelian di era digital ini, terutama dengan popularitas penggunaan fitur Paylater di platform e-commerce seperti Shopee. Peningkatan pengguna Paylater, terutama selama masa pandemi, mendorong perilaku belanja impulsive dengan didukung nilai hedonis.

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana Paylater dan Nilai Belanja Hedonis mempengaruhi Pola Pembelian Impulsif. Variabel-variabel independen penelitian ini adalah Paylater dan Nilai Belanja Hedonis. Sedangkan variabel dependen adalah Pembelian Impulsif.

Obyek pada penelitian ini adalah Aplikasi E-commerce Shopee. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan penerapan prosedur *purposive sampling* untuk menentukan sampel. Sebanyak 75 responden yang aktif menggunakan aplikasi e-commerce Shopee dan memanfaatkan fitur Paylater menjadi subjek penelitian. Analisis dilakukan melalui teknik analisis regresi linear berganda.

Dari hasil penelitian ini, terdapat pengaruh secara bersama-sama antara penggunaan fitur Paylater dan nilai belanja hedonis terhadap pembelian impulsif. Secara individu, kedua variabel, yaitu Paylater dan nilai belanja hedonis, juga memiliki pengaruh terhadap pembelian impulsive.

Kata Kunci : *Paylater, Nilai Belanja Hedonis, Pembelian Impulsif.*

## ABSTRACT

*Millennials are experiencing changing purchasing patterns in this digital era, especially with the popularity of using the Paylater feature on e-commerce platforms such as Shopee. The increase in Paylater users, especially during the pandemic, encourages impulsive shopping behaviour supported by hedonic values. The purpose of this study was to determine the effect of Paylater and Hedonic Shopping Value on Impulsive Buying Patterns. The independent variables in this study are Paylater and Hedonic Shopping Value. While the dependent variable is Impulse Buying.*

*The object of this research is the Shopee E-commerce Application. In determining the sample, a non-probability sampling method was used with a purposive sampling procedure. The number of samples in this study were 75 respondents who used the Shopee e-commerce application and the Paylater feature. The analysis technique used is multiple linear regression analysis.*

*The results of this study are simultaneously Paylater and hedonic shopping value have an effect on impulse purchases and partially each variable Paylater and hedonic shopping value have an influence on impulse purchases.*

**Keywords:** *Paylater, Hedonic Shopping Value, Impulse Buying.*