

**PENGARUH DISKON HARGA, MOTIVASI BELANJA HEDONIS, DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA
*MARKETPLACE SHOPEE***

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UWKS)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh:

NELY JULIA USALY SHONY

NPM: 20420055

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2024

HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH DISKON HARGA, MOTIVASI BELANJA HEDONIS, DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA
MARKETPLACE SHOPEE

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UWKS)

Diajukan oleh :

Nely Julia Usaly Shony

NPM : 20420055

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING

Tanggal, 12 Juli 2024



Atty Erdiana, SE., M.Ak

KETUA PROGRAM STUDI

Tanggal, 17 Juli 2024



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM

HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH DISKON HARGA, MOTIVASI BELANJA HEDONIS DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA *MARKETPLACE SHOPEE*

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UWKS)

Diajukan Oleh :

Nely Julia Usaly Shony

NPM : 20420055

Susunan Dewan Penguji :

DOSEN PEMBIMBING



Atty Erdiana, SE., M.Ak

KETUA DEWAN PENGUJI



Maqbula Arochman, SE., M.Ak

ANGGOTA DEWAN PENGUJI



Dr. Dana Aditva, SE., MBA

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Tanggal... 7 Agustus 2024



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM
Ketua Program Studi Manajemen

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nely Julia Usaly Shony

NPM : 20420055

Alamat : Jl. Dukuh Kupang Barat II No. 39 Surabaya

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH DISKON HARGA, MOTIVASI BELANJA HEDONIS, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UWKS)”** bebas plagiat.

Surabaya,

Yang membuat pernyataan



NELY JULIA USALY SHONY

NPM : 20420055

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“PENGARUH DISKON HARGA, MOTIVASI BELANJA HEDONIS, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA *MARKETPLACE* SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UWKS)** diselesaikan dengan baik, sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak, dukungan, bantuan, bimbingan, serta doa dan nasehat dari berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama yang saya hormati :

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 Dr. Adrianto Trimarjono,SE.,MM. selaku Ketua Program Studi

Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Ibu Atty Erdiana, SE.,M.Ak selaku dosen pembimbing yang telah bersedia menyempatkan dan meluangkan waktu dalam mengarahkan, membimbing, serta memberi saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Ibu Dr. Titik Inayati, SE.,MM selaku Dosen Wali yang telah banyak membantu saya memberikan arahan dan nasihat dari awal perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu dalam kegiatan belajar mengajar selama di kampus.
7. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang terkait pelayanan administrasi selama masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua saya, Bapak dan Ibu yang selalu memberikan dukungan serta do'a yang tulus agar dapat lulus kuliah dengan baik serta semangat dan motivasi yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada diri penulis sendiri yang telah kuat lahir dan batin hingga saat ini dalam menyelesaikan masa kuliah dan penulisan skripsi ini.
10. Rekan-rekan seangkatan 2020 di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, terimakasih telah memberikan kenangan dan bantuan selama masa kuliah.

11. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu tetapi tetap penulis akan mengucapkan rasa terimakasih sebesar-besarnya. Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberikan kelimpahan atas segala jasa dan kebaikan serta bantuan yang diberikan kepada penulis. Dengan demikian penulis mengakhiri kata pengantar ini sekaligus sebagai pembuka dari skripsi ini. Kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan dalam penulisan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, baik sebagai tambahan pengetahuan, maupun untuk penelitian selanjutnya.

Surabaya,

Penulis

(Nely Julia Usaly Shony)

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	12
DAFTAR LAMPIRAN	13
ABSTRAKSI.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan dan manfaat penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.3.1 Tujuan penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.3.2 Manfaat penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Sistematika Penulisan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TELAAH PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Manajemen Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Diskon Harga (<i>Price Discount</i>)....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Motivasi Belanja Hedonis (<i>Hedonic Shopping Motivation</i>). Error!	Bookmark not defined.
2.1.5 Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>) Error!	Bookmark not defined.
2.1.6 Pembelian Impulsif (<i>Impulse Buying</i>) Error!	Bookmark not defined.
2.1.7 Hubungan Antar Variabel	Error! Bookmark not defined.
2.2. Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Hipotesis dan Model Analisis	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.

2.3.2 Model Analisis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3 Identifikasi Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Definisi Operasional Variabel Diskon Harga	Error! Bookmark not defined.
not defined.	
3.4.2 Definisi Operasional Variabel Motivasi Belanja Hedonis	Error!
Bookmark not defined.	
3.4.3 Definisi Operasional Variabel Kepercayaan Merek	Error!
Bookmark not defined.	
3.4.4 Definisi Operasional Variabel Pembelian Impulsif	Error!
Bookmark not defined.	
3.5 Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Jenis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.7.1 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.7.2 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.8 Teknik Analisis	Error! Bookmark not defined.
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
3.8.2 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Sejarah Shopee	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Visi dan Misi Shopee	Error! Bookmark not defined.
4.2 Deskripsi Kriteria dan Identitas Responden	Error! Bookmark not defined.
not defined.	

4.2.1 Menurut jenis kelamin responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Menurut usia responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Menurut pekerjaan responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.4 Pendapatan per bulan responden..	Error! Bookmark not defined.
4.3 Deskripsi Jawaban Responden Tentang Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.4 Analisis Model ataupun Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
4.4.2 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.4.3 Uji Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.4.4 Pengujian Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4.5 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.5.1. Pengaruh diskon harga pada perilaku pembelian impulsif pada <i>marketplace</i> Shopee.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3. 1 Skor Penilaian Skala Likert.....	43
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	50
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden.....	51
Tabel 4. 4 Pendapatan per bulan Responden (sudah bekerja)	52
Tabel 4. 5 Uang Saku per Bulan Responden (tidak bekerja)	53
Tabel 4. 6 Kategori Masing-Masing Variabel.....	54
Tabel 4. 7 Distributions Jawaban Responden Dari Pernyataan Per Variabel.....	55
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4. 10 Hasil Uji Linear Berganda.....	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji t	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji Determinasi (R ²)	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Rata-rata Kunjungan Perbulan..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 1 Model Analisis **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	79
Lampiran 2.....	86
Lampiran 3.....	94
Lampiran 4.....	97

ABSTRAKSI

Penelitian tertulis tujuannya mengetahui bagaimana kepercayaan merek, motivasi belanja hedonis, dan potongan harga memengaruhi pembelian impulsif di Marketplace Shopee. Pembelian Impulsif merupakan komponen dependen dalam penelitian tertulis, tetapi Diskon Harga, Motivasi Belanja Hedonis, dan Kepercayaan Merek dipandang sebagai faktor independen. Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Pendekatan pengambilan sampel non-probabilitas yang dikombinasikan dengan prosedur pengambilan sampel purposif digunakan dalam menentukan sampel pada penelitian tertulis. Delapan puluh responden merupakan sampel yang digunakan. Pengumpulan data dilaksanakan menggunakan kuesioner. Metode analisis digunakan yakni regresi linier berganda. Hasil penelitian memperlihatkan Diskon Harga terdapat pengaruh signifikan pada pembelian Impulsif Pada *Marketplace* Shopee, Motivasi Belanja Hedonis terdapat pengaruh signifikan pada pembelian Impulsif pada *Marketplace* Shopee, serta Kepercayaan Merek terdapat pengaruh signifikan pada pembelian Impulsif Pada *Marketplace* Shopee. Sementara variabel dominan pada pembelian Impulsif Pada *Marketplace* Shopee yakni variabel Kepercayaan Merek.

Kata Kunci : Diskon Harga, Motivasi Belanja Hedonis, Kepercayaan Merek, Pembelian Impulsif

ABSTRACT

The purpose of this written research is to find out how brand trust, hedonic shopping motivation, and discounts affect impulsive purchases in the Shopee Marketplace. Impulse Purchase is a dependent component in written research, but Price Discount, Hedonic Shopping Motivation, and Brand Trust are seen as independent factors. The research population was active students at the Faculty of Economics and Business, Wijaya Kusuma University, Surabaya. A non-probability sampling approach combined with a purposive sampling procedure was used to determine the sample in the textual research. Eighty respondents were the samples used. Data collection was carried out using a questionnaire. The analysis method used was multiple linear regression. The results of the study showed that Price Discount had a significant effect on Impulse Purchases in the Shopee Marketplace, Hedonic Shopping Motivation had a significant effect on Impulse Purchases in the Shopee Marketplace, and Brand Trust had a significant effect on Impulse Purchases in the Shopee Marketplace. Meanwhile, the dominant variable in Impulse Purchases in the Shopee Marketplace is the Brand Trust variable.

Keywords : Price Discount, Hedonic Shopping Motivation, Brand Trust, Impulse Buying