

SKRIPSI

PENGARUH *FLASH SALE*, *VOUCHER*, DAN *GAMIFICATION* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA *MARKETPLACE SHOPEE* (Studi Kasus Anggota Aktif Pada Grup Telegram Racun Shopee Receh)

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



Diajukan Oleh :

Dina Dwi Septianingsih

NPM 21420109

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *FLASH SALE*, *VOUCHER*, DAN *GAMIFICATION*
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA *MARKETPLACE SHOPEE*
(Studi Kasus Anggota Aktif Pada Grup Telegram Racun Shopee Receh)**

Diajukan Oleh:

Dina Dwi Septianingsih

NPM : 21420109

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Santirianingrum Soebandhi, SE., M.Com.

Tanggal,.....

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., M.M

Tanggal, 14 Agustus 2025

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH *FLASH SALE*, *VOUCHER*, DAN *GAMIFICATION*
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA *MARKETPLACE SHOPEE*
(Studi Kasus Anggota Aktif Pada Grup Telegram Racun Shopee Receh)**

Diajukan oleh :

Dina Dwi Septianingsih
NPM: 21420109

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



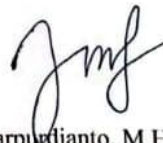
Dr. Santirianingrum Soebandhi, SE.,M.Com)

Ketua Dewan Penguji



(Dr. Adrianto Trimarjono, SE.,MM)

Anggota Dewan Penguji



(Kharis Marpuddianto, M.Hum.,MM)

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

Tanggal, 14 Agustus 2025



(DR. Adrianto Trimarjono, SE.,MM)
Ketua Program Studi Manajemen

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Dina Dwi Septianingsih
NPM : 21420109
Alamat : Jl. Sawo Bringin No. 5
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**PENGARUH FLASH SALE, VOUCHER, DAN GAMIFICATION TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus Anggota Aktif Pada Grup Telegram Racun Shopee Receh)**" bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 20 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan



Dina Dwi Septianingsih

21420109

KATA PENGANTAR

Rasa syukur penulis persembahkan kepada tuhan yang Maha Esa, karena atas pertolongan dan dari ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Semoga atas terselesaikannya skripsi ini, menjadi langkah awal untuk mencapai ibadah kepada Allah SWT dalam meraih masa depan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini memerlukan dukungan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil. oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. HTH-KL (K), FICS selaku Rektor di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M. Ak. selaku Dekan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma.
4. Ibu Dr. Kristiningsih, SE, M.Si. Wakil Dekan Bidang Akademik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma.
5. Ibu Dewi Nuraini, SE, MSM, sebagai dosen wali, yang telah membantu dan mengarahkan penulis selama perkuliahan.
6. Ibu Dr. Santirianingrum Soebandhi, SE.,M.Com. sebagai dosen pembimbing yang banyak meluangkan waktu untuk membimbing, membantu, dan memberikan saran kepada penulis selama skripsi.
7. Bapak Dikin dan Ibu Rusni, selaku orang tua yang tidak pernah berhenti mendoakan dan mendukungku hingga sampai di titik ini. Mas Wandu selaku

saudara yang selalu mendoakan dan membantu. Serta segenap keluarga yang memberi semangat dan doa. Setiap Langkah kecilku, tak akan pernah cukup untuk membalas setiap peluh dan air mata yang jatuh. Namun izinkan aku terus berusaha, menjadi perempuan kecil yang selalu membuat kalian bangga. Tidak mungkin aku dilahirkan di dunia ini, jika bukan untuk mencintai kalian sepenuh hati. Tidak mungkin aku tumbuh sejauh ini, jika bukan dari doa kalian yang tak pernah mati. Dari kalian aku mengerti cinta yang tak mengenal lelah dan luka. Jika hidupku adalah satu lembar cerita, maka kalian adalah alasan pertama dan terakhir. Semoga keluarga kita bernaung dalam keluarga yang dirahmati oleh Allah SWT.

8. Sahabat saya yang turut hadir untuk memberi dukungan penuh terhadap saya, Tutut Adivia Arviani. Yang selalu ada dalam setiap suka dan duka sedari kecil hingga sekarang, yang selalu ada dalam keadaan apapun, yang tak pernah surut memberi arti kekuatan dalam bentuk sederhana. Terima kasih telah menjadi rumah, dikala dunia terasa asing dan runtuh tanpa arah. Semoga kita selalu diberikan kesempatan untuk tetap berjalan beriringan, meski arah hidup membawa cerita yang berbeda. Persahabatan ini semoga abadi seperti senja, yang tak pernah gagal pulang, meski hari hampir sirna.
9. Di antara riuhnya manusia, ada tenang yang tak mudah ditemukan pada manusia lain, Nirma Maulita. terima kasih telah menjadi cahaya kecil saat pikiranku nyaris padam. Kehadiranmu adalah bagian dari perjalanan ini. Bukan hanya sahabat dalam berproses, tapi juga bagian dari alasan mengapa aku bertahan. Semoga setiap niat baik dan ketulusanmu mengalir padamu

dalam bentuk kebahagiaan. Dan biarlah skripsi ini menjadi bukti sederhana, bahwa tiap langkah penuh ragu ini, ada seseorang sepertimu yang menjadi kekuatan.

10. Untuk Ayun, Anggi, Septhalia, Amelia, Aprillie, Aisyah, dan Rara. Terima kasih selalu mengerti dan menemani di saat-saat terberatku, tanpamu aku tidak akan sekuat ini.

11. Di balik lembaran skripsi ini, tersembunyi sebuah harapan dan impian kepada seseorang yang namanya terukir jelas di lauhul mahfudz. Terima kasih sudah menjadi sumber motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini sebagai salah satu upaya memantaskan diri. Semoga ini menjadi bukti kesungguhanku dalam menjemput takdir yang telah tertulis, hingga kelak kita dipertemukan dalam versi terindah dari diri kita masing-masing, di waktu yang paling tepat, dan dalam lindungan ridho-Nya.

12. Dan semua pihak yang telah mendukung, saya ucapkan banyak terima kasih.

Surabaya, 16 Juli 2025

Penulis



Dina Dwi Septianingsih

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Skripsi	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 LANDASAN TEORI.....	14
2.1.1 <i>Flash Sale</i>	14
2.1.1.1 Pengertian <i>Flash Sale</i>	14
2.1.1.2 Mekanisme <i>Flash Sale</i> pada Shopee	17
2.1.1.3 Indikator <i>Flash Sale</i>	18
2.1.2 <i>Voucher</i>	20
2.1.2.1 Pengertian <i>Voucher</i>	20
2.1.2.2 Jenis-Jenis <i>Voucher</i>	21
2.1.2.3 Manfaat <i>Voucher</i>	24
2.1.2.4 Indikator <i>Voucher</i>	26
2.1.3 <i>Gamification</i>	27
2.1.3.1 Pengertian <i>Gamification</i>	27

2.1.3.2 Daftar Games yang Tersedia di Shopee.....	28
2.1.3.3 Indikator <i>Gamification</i>	31
2.1.4 Pembelian Impulsif	32
2.1.4.1 Pengertian Pembelian Impulsif	32
2.1.4.2 Indikator Pembelian Impulsif	33
2.1.5 Hubungan Antar Variabel.....	33
2.1.5.1 Pengaruh <i>Flash Sale</i> Dengan Pembelian impulsif.....	33
2.1.5.2 Pengaruh <i>Voucher</i> Dengan Pembelian Impulsif	35
2.1.5.3 Hubungan <i>Gamification</i> Dengan Pembelian Impulsif.....	36
2.3 Hipotesis dan Model Analisis.....	43
2.3.1 Hipotesis	43
2.3.2 Model Analisis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Pendekatan Penelitian	45
3.2 Populasi dan Sampel.....	45
3.1.1 Populasi	45
3.1.2 Sampel.....	45
3.3 Identifikasi Variabel	46
3.4 Definisi Operasional Variabel	47
3.5 Jenis dan Sumber Data	49
3.5.1 Jenis Data.....	49
3.5.2 Sumber Data.....	50
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	51
3.7 Teknik Analisis Data	51
3.7.1 Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	52
3.7.2 Uji Struktural (Inner Model).....	53
3.7.3 Uji Hipotesis	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	55
4.1.1 Sejarah Singkat Shopee.....	55
4.1.2 Profil Grup Telegram "Racun Shopee Receh"	57
4.1.3 Interaksi dalam Grup Telegram "Racun Shopee Receh"	59
4.2 Hasil Penelitian.....	72

4.2.1 Karakteristik Responden	72
4.2.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
4.2.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	73
4.2.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	74
4.3 Skema Model Partial Least Square	75
4.3.1 Analisis Outer Model.....	75
4.3.1.1 Convergen Validity	77
4.3.1.2 Discriminan Validity	78
4.3.1.3 Average Variance Extracted (AVE).....	79
4.3.1.4. Composite Reliability dan Cronbach' Alpha.....	80
4.3.2 Analisis Inner Model	81
4.3.2.1 Analisis R–Square.....	82
4.3.2.2 Pengujian Hipotesis.....	82
4.4 Pembahasan.....	84
4.4.1 Pengaruh <i>Flash Sale</i> terhadap Pembelian Impulsif	84
4.4.2 Pengaruh <i>Voucher</i> terhadap Pembelian Impulsif.....	85
4.4.2 Pengaruh <i>Gamification</i> terhadap Pembelian Impulsif.....	85
BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN.....	87
5.1 Simpulan.....	87
5.2 Saran	87
5.3 Keterbatasan Penelitian	88
DAFTAR PUSTAKA	90
DAFTAR LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	47
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran	51
Tabel 4. 1 Interaksi Anggota Grup Telegram "Racun Shopee Receh" dalam Berbagi Informasi <i>Flash Sale, Voucher, Gamification</i>	61
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	72
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Menurut Kelompok Usia	73
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Menurut Jenis Pekerjaan	74
Tabel 4. 5 Outer Loading	77
Tabel 4. 6 Cross Loading	78
Tabel 4. 7 Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	79
Tabel 4. 8 Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	80
Tabel 4. 9 Nilai R-square (R ²)	82
Tabel 4. 10 Pengujian Hipotesis	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 15 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Januari - Desember 2023)	2
Gambar 1. 2 Pertimbangan Konsumen Menentukan Merek E-Commerce.....	4
Gambar 1. 310 Negara Tertinggi dengan Rata-rata Frekuensi Penggunaan Aplikasi Telegram Tertinggi Global (Maret-Mei 2024)	8
Gambar 2.1 Model Analisis	43
Gambar 4. 1 Logo Shopee.....	55
Gambar 4. 2 Profil Grup Telegram "Racun Shopee Receh"	57
Gambar 4. 3 Tangkapan Layar Grup Telegram "Racun Shopee Receh" yang Menampilkan Gambar dan Tautan Link	60
Gambar 4. 4 Outer Model	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	94
Lampiran 2 Data Responden.....	99
Lampiran 3 Hasil Uji Smart PLS	102

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *flash sale*, *voucher*, dan *gamification* pada platform shopee berpengaruh terhadap pembelian impulsif. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah anggota aktif grup telegram “Racun Shopee Receh”. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menggunakan metode survei dengan membagikan kuesioner berbasis Google Form kepada anggota aktif grup telegram “Racun Shopee Receh” penelitian kepada 260 responden dengan populasi 77.250 anggota. Metode analisis data menggunakan Structural Equation Modeling – Partial Least Square (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *flash sale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, *voucher* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, serta *gamification* berpengaruh tidak signifikan terhadap pembelian impulsif.

Kata kunci : *Flash sale*, *voucher*, *Gamification*, dan pembelian Impulsif

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine how flash sales, vouchers, and gamification on the shopee platform affect impulse purchases. The subjects used in this study were active members of the telegram group “Racun Shopee Receh”. This type of research is quantitative research. Using the survey method by distributing Google Form-based questionnaires to active members of the telegram group “Racun Shopee Receh” research to 260 respondents with a population of 77,250 members. The data analysis method uses Structural Equation Modeling - Partial Least Square (SEM-PLS). The results showed that flash sales have a positive and significant effect on impulse purchases, vouchers have a positive and significant effect on impulse purchases, and gamification has an insignificant effect on impulse purchases.

Keywords: Flash sale, voucher, gamification, and Impulse purchase