

**“PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, KEMUDAHAN PEMBAYARAN DAN
SELF CONTROL TERHADAP PERILAKU *IMPULSE BUYING* PADA
PENGGUNA APLIKASI SHOPEEFOOD DI KOTA SURABAYA DENGAN
PENDAPATAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI”**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Aurel Salsabillah

NPM. 19042010163

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, KEMUDAHAN PEMBAYARAN DAN
SELF CONTROL TERHADAP PERILAKU *IMPULSE BUYING* PADA
PENGUNA APLIKASI SHOPEEFOOD DI KOTA SURABAYA DENGAN
PENDAPATAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Disusun oleh :

AUREL SALSABILLAH
NPM. 19042010163

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK




Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, KEMUDAHAN PEMBAYARAN DAN *SELF CONTROL* TERHADAP PERILAKU *IMPULSE BUYING* PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEEFOOD DI KOTA SURABAYA DENGAN PENDAPATAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Disusun Oleh :

AUREL SALSABILLAH
NPM. 19042010163

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh tim penguji skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 28 Februari 2023**

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

TIM PENGUJI

1. Ketua



Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

2. Sekretaris



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

3. Anggota



Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dra. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aurel Salsabillah

NPM : 19042010163

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

Pengaruh *Price Discount*, Kemudahan Pembayaran Dan *Self Control* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pada Pengguna Aplikasi Shopeefood Di Kota Surabaya Dengan Pendapatan Sebagai Variabel Moderasi

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata I di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 28 Februari 2023

Yang membuat pernyataan



Aurel Salsabillah

NPM. 19042010163

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, taufiq, serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Price Discount*, Kemudahan Pembayaran dan *Self Control* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* pada Pengguna Aplikasi ShopeeFood di Kota Surabaya dengan Pendapatan Sebagai Variabel Moderasi”** ini dengan baik. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat kelulusan program sarjana di Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak terutama kepada Bapak Dr. Drs. Nurhadi, M.Si selaku dosen pembimbing penulis atas segala saran serta bimbinganya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, MM, MA selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasioanal “ Veteran” Jawa Timur, yang memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada diri penulis sendiri karena mampu bertahan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Kepada calon masa depan penulis yang mampu memberikan semangat agar menjadi pribadi yang lebih baik kedepannya

7. Kepada sahabat-sahabat penulis Nimas, Tamara, Pinky, Aula, Prithvi, Hesty, Ayundha, Florencia, dan Elysa yang memotivasi dan mendukung penulis untuk dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik.
8. Teman-teman Program Studi Administrasi Bisnis khususnya angkatan 2019 yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi teknis maupun penyusunannya. Oleh karena itu, penulis senantiasa bersedia dan terbuka dalam menerima saran maupun kritik yang bersifat membangun.

Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan petunjuk bagi kita semua.

Surabaya, 28 Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB 1	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II.....	17
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Landasan Teori	21
2.2.1 Pemasaran	21
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	25
2.2.3 <i>Impulse Buying</i>	27
2.2.4 Promosi	31
2.2.5 <i>Sales Promotion</i>	32
2.2.6 <i>E-commerce</i>	43
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	46
2.3.1 Hubungan Antara <i>Price Discount</i> dengan perilaku <i>Impulse Buying</i>	46
2.3.2 Hubungan Antara Kemudahan Pembayaran dengan Perilaku <i>Impulse Buying</i>	47
2.3.3 Hubungan Antara <i>Self Control</i> dengan Perilaku <i>Impulse Buying</i>	47
2.3.4 Hubungan Antara Pendapatan dengan <i>Price Discount</i> Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i>	48

2.3.5 Hubungan Antara Pendapatan dengan Kemudahan Pembayaran Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i>	48
2.3.6 Hubungan Antara Pendapatan dengan <i>Self Control</i> Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i>	49
2.4 Kerangka berpikir	49
2.5 Hipotesis	52
BAB III	54
3.1 Jenis Penelitian	54
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	55
3.2.1 Definisi Operasional Variabel.....	55
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	59
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	60
3.3.1 Populasi.....	60
3.3.2 Sampel	60
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	61
3.4 Teknik Pengumpulan Data	62
3.4.1 Sumber Data.....	62
3.4.2 Metode Pengumpulan Data.....	63
3.5 Uji Instrumen Penelitian	64
3.5.1 Uji Validitas	64
3.5.2 Uji Reliabilitas	64
3.6 Teknik Analisis Data	65
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	65
3.6.2 Analisis Regresi dengan Uji <i>Moderated Regression Analysis</i>	68
3.7 Teknik Uji Hipotesis.....	69
3.7.1 Uji t (Parsial).....	69
3.7.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	70
3.8 Jadwal Penelitian	71
BAB IV	72
4.1 Hasil.....	72
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	72
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	73
4.1.3 Logo Perusahaan.....	74
4.1.4 Penyajian Data	75
4.1.5 Hasil Pengujian Kuisioner	89

4.1.6 Hasil Analisis Data	93
4.2 Pembahasan	105
4.2.1 Pengaruh <i>Price Discount</i> , Kemudahan Pembayaran, <i>Self Control</i> secara parsial terhadap <i>Impulse Buying</i>	105
4.2.2 Peran Variabel Pendapatan Dalam Memoderasi Pengaruh X1,X2 dan X3 Menggunakan Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)	109
4.2.3 Matriks Hasil Penelitian.....	113
BAB V	116
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia 1998-2022	2
Gambar 1.2 10 Negara Pengguna E-commerce Tertinggi di Dunia Tahun 2022 ...	3
Gambar 1.3 Rata-rata Pengunjung Websitus Bulanan di <i>E-Commerce</i> 2021.....	8
Gambar 1.4 Data Ringkasan Food Delivery Tahun 2022	9
Gambar 1.5 Data Pendorong Pembelian Online Tahun 2022	10
Gambar 3.1 Kurva Uji t.....	70
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	74
Gambar 4.2 Diagram Jenis Kelamin	75
Gambar 4.3 Diagram Usia.....	76
Gambar 4.4 Diagram Domisili	77
Gambar 4.5 Diagram Penggunaan Aplikasi ShopeeFood Dalam Seminggu Terakhir.....	77
Gambar 4.6 Diagram Pendapatan atau Penghasilan yang Diperoleh dari Sumber Manapun Selama Satu Bulan.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jadwal Penelitian.....	71
Tabel 4.1	Hasil Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Price Discount.....	79
Tabel 4.2	Hasil Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Kemudahan Pembayaran	81
Tabel 4.3	Hasil Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Self Control.....	83
Tabel 4.4	Hasil Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Impulse Buying.....	86
Tabel 4.5	UJI Validitas Price Discount (X1)	90
Tabel 4.6	UJI Validitas Kemudahan Pembayaran (X2).....	90
Tabel 4.7	Uji Validitas Self Control (X3).....	91
Tabel 4.8	Uji Validitas Impulse Buying (Y).....	92
Tabel 4.9	Uji Reabilitas.....	93
Tabel 4.10	Uji Normalitas.....	94
Tabel 4.11	Uji Multikolinearitas	95
Tabel 4.12	Uji Heterokedastisitas Menggunakan Metode Scatter Plot.....	96
Tabel 4.13	Uji Autokorelasi	97
Tabel 4.14	Uji MRA	98
Tabel 4.15	Uji Autokorelasi	101
Tabel 4.16	Tabel R Square.....	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian	125
Lampiran 2	Hasil Data Kuisisioner	132
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas	139
Lampiran 4	Hasil Uji Reabilitas.....	142
Lampiran 5	Hasil Uji Normalitas.....	143
Lampiran 6	Hasil Uji Multikolinearitas	144
Lampiran 7	Hasil Uji Heterokedasitas	145
Lampiran 8	Hasil Uji Autokorelasi	146
Lampiran 9	Hasil Uji t.....	147
Lampiran 10	Hasil Koefisien Determinasi.....	148
Lampiran 11	Hasil Uji <i>Moderated Regression Analysis</i>	149

ABSTRAK

AUREL SALSABILLAH, PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, KEMUDAHAN PEMBAYARAN DAN *SELF CONTROL* TERHADAP PERILAKU *IMPULSE BUYING* PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEEFOOD DI KOTA SURABAYA DENGAN PENDAPATAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *price discount*, kemudahan pembayaran, dan *self control* terhadap perilaku *impulse buying*, serta peran variabel pendapatan dalam memoderasi pengaruh *price discount*, kemudahan pembayaran, dan *self control* terhadap perilaku *impulse buying* pada pengguna aplikasi ShopeeFood. Populasi dalam penelitian ini merupakan pengguna aplikasi ShopeeFood yang berdomisili di kota Surabaya. Sampel sejumlah 150 responden ditarik menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan teknik *Moderated Regression Analysis*. Hasil riset ini menunjukkan bahwa variabel *price discount* menunjukkan koefisien positif sebesar 1,894 serta pada analisis uji t menunjukkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $4,121 > 1,976$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku *impulse buying*, variabel Kemudahan Pembayaran menunjukkan koefisien negatif sebesar -1,716 pada analisis uji t menunjukkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $-2,863 > 1,976$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,005 dan variabel *self control* menunjukkan koefisien negatif sebesar -0,654 serta pada uji t menunjukkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $-2,123 > 1,976$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,035 yang berarti kedua variabel tersebut berpengaruh negatif signifikan terhadap *Impulse Buying*. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa variabel pendapatan memoderasi pengaruh variabel *price discount*, kemudahan pembayaran dan *self control* terhadap perilaku *impulse buying* pada pengguna aplikasi shopeefood di Surabaya.

Kata kunci: *Price Discount*; Kemudahan Pembayaran; *Self Control*; *Impulse Buying*

ABSTRACT

AUREL SALSABILLAH, PENGARUH PRICE DISCOUNT, KEMUDAHAN PEMBAYARAN DAN SELF CONTROL TERHADAP PERILAKU IMPULSE BUYING PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEEFOOD DI KOTA SURABAYA DENGAN PENDAPATAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

This study aims to determine the effect of price discount, ease of payment, and self control on impulse buying behavior, as well as the role of income variable in moderating the effect of price discount, ease of payment, and self control on impulse buying behavior among users of the ShopeeFood application. The population in this study are users of the ShopeeFood application who live in the city of Surabaya. A sample of 150 respondents was drawn using a purposive sampling technique. Data were analyzed using the Moderated Regression Analysis technique. The results of this research indicate that the price discount variable shows a positive coefficient of 1.894 and the t test analysis shows the results of $t_{count} > t_{table}$ of $4.121 > 1.976$ with a significance value of 0.000 which means it has a significant positive effect on impulse buying behavior, the Ease of Payment variable shows a negative coefficient of -1.716 in the t test analysis shows the results of $t_{count} > t_{table}$ of $-2.863 > 1.976$ with a significance value of 0.005 and the self control variable shows a negative coefficient of -0.654 and the t test shows results of $t_{count} > t_{table}$ of $-2.123 > 1.976$ with a significance value of 0.035 which means that the two variables have a significant negative effect on Impulse Buying. The results of the analysis also show that the income variable moderates the influence of the price discount, ease of payment and self-control variables on impulse buying behavior among users of the ShopeeFood application in Surabaya.

Keywords: Price Discount; Ease of Payment; Self Control; Impulse Buying