

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS INFORMASI, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA FITUR SHOPEE
LIVE BAGI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UPN
“VETERAN” JAWA TIMUR**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

MICHAEL DANIEL PINONTOAN

20012010108/FEB/EM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

2024

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS INFORMASI, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA FITUR SHOPEE
LIVE BAGI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UPN
"VETERAN" JAWA TIMUR**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

MICHAEL DANIEL PINONTOAN

20012010108/FEB/EM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

2024

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS INFORMASI, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA FITUR SHOPEE
LIVE BAGI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UPN
"VETERAN" JAWA TIMUR**

Disusun Oleh :

MICHAEL DANIEL PINONTOAN

20012010108/FEB/EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Pada Tanggal : 12 Agustus 2024

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si
NIP.196901132021212003

Pembimbing Utama



Ugy Soebiantoro, S.E., M.M
NIP. 196708182021211001

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Michael Daniel Pinontoan
NPM : 20012010108
Fakultas /Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh Promosi, Kualitas Informasi, Dan Persepsi Harga Terhadap Pembelian Impulsif Pada Fitur Shopee Live Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Upn "Veteran" Jawa Timur

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 12 Agustus 2024



(Michael Daniel Pinontoan)

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menulis dan menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Kualitas Informasi, dan Persepsi Harga Terhadap Pembelian Impulsif Pada Fitur Shopee Live Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Upn “Veteran” Jawa Timur”**. Adapun tujuan skripsi ini ditulis adalah sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penyusunan skripsi ini sekaligus menjadi salah satu bentuk implementasi dari ilmu yang telah dipelajari oleh penulis selama perkuliahan yang dilaksanakan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam Menyusun skripsi ini, penulis tentunya banyak menjumpai hambatan dan kendala. Namun, berkat dukungan, bimbingan, serta pengarahan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan benar dan sesuai dengan waktu ditetapkan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Akhmad Fauzi, M.MT., CHRA. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Ibu Dr. Dra Ec. Tri Kartika P., M.Si., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi

Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Ugy Soebiantoro, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan memberikan pengarahan selama penulisan skripsi ini.
5. Bapak Denny Dolvy, ibu Ketut Sunari, dan Rania Elisabeth selaku orang tua serta kakak tersayang penulis yang telah memberikan segala dukungan, doa, dan motivasi demi kemudahan dan kelancaran serta kesuksesan penyusunan skripsi.
6. Fitri, Fitria, Sinta, Novi, Sukma, Ruth, Arya, Ziiqbal, Chalid yang menjadi sahabat penulis dengan ketulusan hati selalu mendukung, menemani, membantu dan berbagi suka duka selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi. Serta semua pihak yang telah membantu yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam Menyusun skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan sehingga membutuhkan perbaikan dan koreksi untuk disempurnakan. Oleh sebab itu, saran dan kritik sangat dibutuhkan guna menyempurnakan penulisan skripsi ini menjadi lebih baik. Demikian, penulis berharap skripsi ini dapat menambah dan memberikan manfaat, wawasan, serta pengetahuan bagi kita semua juga bagi yang membacanya.

Surabaya, 27 Februari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN TEORI.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Tinjauan Teori	17
2.2.1 Manajemen Pemasaran	17
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	18
2.2.3 Promosi	20
2.2.4 Kualitas Informasi	23
2.2.5 Persepsi Harga	26
2.2.6 Pembelian Impulsif (<i>Impulse Buying</i>)	29
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	34
2.3.1 Pengaruh Promosi Terhadap Pembelian Impulsif	34
2.3.2 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Pembelian Impulsif...36	
2.3.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Pembelian Impulsif.....37	
2.4 Kerangka Konseptual	38
2.5 Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	40
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	40
3.1.2 Pengukuran Variabel	43
3.2 Teknik Penentuan Sampel	44
3.2.1 Populasi.....	44
3.2.2 Sampel	45
3.3 Teknik Pengumpulan Data	47
3.3.1 Jenis Data.....	48
3.3.2 Sumber Data	48
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	48
3.4 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis	49

3.4.1	Metode Analisis Data	49
3.4.2	Model Indikator Reflektif dan Indikator Formatif.....	50
3.4.3	Kegunaan Metode PLS	52
3.4.4	Cara Kerja PLS	53
3.4.5	Langkah-Langkah PLS	53
3.4.6	Asumsi PLS	65
3.4.7	Ukuran Sampel	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		67
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	67
4.1.1	Sejarah Umum <i>Marketplace</i> Shopee	67
4.2	Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian	68
4.2.1	Karakteristik Responden.....	68
4.2.2	Deskripsi Variabel Promosi (X1)	71
4.2.3	Deskripsi Variabel Kualitas Informasi (X2).....	72
4.2.4	Deskripsi Variabel Persepsi Harga (X3).....	74
4.2.5	Deskripsi Variabel Pembelian Impulsif (Y)	76
4.3	Analisis Dan Pengujian Hipotesis	78
4.3.1	Pengukuran Outer Model.....	78
4.3.2	Pengukuran Inner Model	83
4.3.3	Pengujian Hipotesis	84
4.4	Pembahasan	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		90
DAFTAR PUSTAKA		92
LAMPIRAN		96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Situs <i>e-commerce</i> dengan pengunjung terbanyak di Indonesia (Kuartal I-IV 2021)	2
Gambar 1. 2 Lima situs <i>e-commerce</i> kategori <i>marketplace</i> dengan pengunjung terbanyak di Indonesia (Januari-Desember 2023).....	2
Gambar 1. 4 Fitur <i>live streaming</i> paling populer	3
Gambar 1. 5 VOS Viewer Variable	5
Gambar 1. 6 Perbedaan terkait fitur-fitur yang ada pada Shopee <i>live</i> (kiri) dan Tokopedia <i>play</i> (kanan).....	8
Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran	34
Gambar 3. 1 Model indikator reflektif	45
Gambar 3. 2 Model indikator formatif	46
Gambar 3. 3 Langkah-langkah analisis PLS	47
Gambar 3. 4 Diagram jalur PLS.....	49
Gambar 4. 1 Logo Shopee.....	67
Gambar 4. 2 <i>Outer Model</i> dengan <i>factor loading</i> , <i>Path coefficients</i> dan <i>R-square</i>	78
Gambar 4. 3 <i>Inner Model</i> dengan <i>Path coefficients</i> dan <i>P-Values</i> <i>bootstrapping</i>	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persebaran preferensi terhadap penawaran menarik masing-masing e-commerce	4
Tabel 3. 1 Skala ordinal menggunakan pembobotan Likert	38
Tabel 3. 2 Jumlah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis 2023	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Masuk Kuliah.....	70
Tabel 4. 4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Promosi.....	71
Tabel 4. 5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Informasi	72
Tabel 4. 6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga.....	74
Tabel 4. 7 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Pembelian Impulsif....	76
Tabel 4. 8 <i>Outer Loading</i> (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....	79
Tabel 4. 9 <i>Cross Loadings</i>	81
Tabel 4. 10 Average Variance Extracted (AVE)	82
Tabel 4. 11 <i>Discriminant Validity</i>	82
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas	83
Tabel 4. 13 R-Square.....	84
Tabel 4. 14 <i>Path Coefficients</i> (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	97
Lampiran 2. Hasil Kuesioner	100
Lampiran 3. Hasil Olah Data PLS.....	103

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS INFORMASI, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA FITUR SHOPEE
LIVE BAGI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UPN
“VETERAN” JAWA TIMUR**

Oleh :

MICHAEL DANIEL PINONTOAN

20012010108/FEB/EM

ABSTRAK

Perkembangan e-commerce di Indonesia mulai mengubah perilaku konsumen, dimana konsumen tak lagi harus datang ke toko untuk melihat produk dan berbelanja. Mereka cukup mengunjungi situs web atau platform e-commerce yang dituju, salah satunya adalah Shopee. Shopee telah menyediakan banyak wadah dan fitur bagi para pelaku usaha. Diantaranya yaitu *live streaming marketing* melalui fitur Shopee live. Fitur ini sudah tidak asing lagi dimata konsumen atau pengguna Shopee, khususnya di kalangan mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh promosi, kualitas informasi, dan persepsi harga terhadap pembelian impulsif melalui fitur Shopee Live pada mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang diolah menggunakan program SmartPLS 4, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, kualitas informasi, dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif.

Kata kunci : Promosi; Kualitas Informasi; Persepsi Harga; Pembelian Impulsif