



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

PROPOSAL PENELITIAN

Pengaruh *Flash Sale* dan Kemudahan Pembayaran dalam *Impulse Buying* pada Aplikasi Shopee pada penduduk yang datang di Kantor Kepala Desa Kureksari

Revina Maghfira

181500060

Dosen Pembimbing

I Made Bagus Dwiarta, S.E., M,M

PROGAM STUDI MANAJAMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2022

**Pengaruh *Flash Sale* dan Kemudahan Pembayaran dalam
Impulse Buying pada Aplikasi Shopee pada Penduduk yang
Datang di Kantor Kepala Desa Kureksari**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sebagian persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

NAMA :REVINA MAGHFIRA

NIM : 181500060

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2022**

Lembar Persetujuan

Judul Skripsi : Pengaruh *Flash Sale* dan Kemudahan Pembayaran dalam impulse buying pada aplikasi shopee pada masyarakat Kecamatan Waru

Identitas Mahasiswa

a. Nama : Revina Maghfira
b. NIM : 181500060
c. Progam Studi : Manajemen A 2018
d. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk di uji

Tanggal 11 Januari 2022

Mengetahui

Dosen Pembimbing


L. Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.
NPP: 1109598/DY

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya :

Hari . : Jumat
Tanggal : 10 juni
Tahun : 2022

Dosen Penguji I,



Tony Susilo Wibowo, SE. Mpd. MSM
NPP. 0709494/DY

Dosen Penguji II,



Evita Purnaningrum S, SI, M.SI
NPP. 1504722/DY

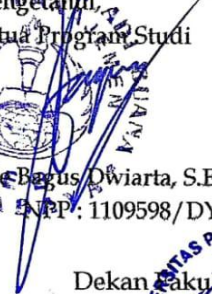
HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Flash Sale* dan Kemudahan Pembayaran dalam *Impulse Buying* pada Aplikasi Shopee pada Penduduk yang Datang di Kantor Kepala Desa Kureksari
Identitas Mahasiswa


- a. Nama : Revina Magfira
- b. NIM : 181500060
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
- e. Alamat e-mail : revinamagifra1@gmail.com

Proposal Penelitian ini disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Surabaya, 23 Juni 2022

Mengetahui,
Ketua Program Studi

I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M
NPP: 1109598/DY

Dosen Pembimbing


I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M
NPP: 1109598/DY

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Tony Susilo, S.E., M.Pd., M.SM
NPP: 0709494/DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Revina Magfira
Nim : 181500060
Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul "Pengaruh Flash Sale dan Kemudahan Pembayaran dalam Impulse Buying pada Aplikasi Shopee pada Penduduk yang Datang di Kantor Kepala Desa Kureksari" yang telah saya usulkan dalam rangka untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun 2021/2022 yang bersifat original.

Bilamana ditentukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses dengan ketentuan yang berlaku.

Demikianlah surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 20 April 2022

Mahasiswa,



Revina Magfira
Revina Magfira

Nim : 181500060

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan kemudahan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Flash Sale* dan Kemudahan Pembayaran dalam *Impulse Buying* pada Aplikasi Shopee pada Penduduk yang Datang di Kantor Kepala Desa Kureksari”**

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat banyak bantuan, dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada

1. Bapak Dr. M. Subandowo, M.S. selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.E. M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, sekaligus sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan dan koreksi selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
4. Bapak dan Ibu pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah membekali ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis selama berada pada bangku kuliah.
5. Bapak Catur Andek selaku Kepala Desa Kureksari.
6. Para Staf Kantor Kepala Desa Kureksari yang membantu untuk mengumpulkan data penelitian
7. Ardhi Rizky, Rista Nurmalasari, Kartika Agustien, Bebyta Putri, Firdaus Noor, Salsabillah Prasasti, Rhea Ardhana yang senantiasa memotivasi dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini.

8. Kepada orang tua dan saudara-saudara saya yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk melakukan penyusunan skripsi ini.
9. Kepada rekan-rekan kerja saya yang mendukung dalam penyusunan skripsi ini.
10. Kepada semua rekan seperjuangan Prodi Manajemen khususnya kelas A angkatan 2018 yang telah membantu dan memberikan support selama 4 tahun ini.

MOTTO

“Jangan menyerah. Menderitalah sekarang dan hiduplah sebagai juara nantinya”

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui serta menganalisis mengenai Flash Sale dan Kemudahan Pembayaran dalam Impulse Buying pada Aplikasi Shopee. Adapun jumlah sampel pada penelitian ini yaitu 130 orang menggunakan teknik sampel memakai *purposive sampling*. Metode penelitian yang dipakai yakni dengan menggunakan metode kuantitatif serta teknik memakai analisis regresi linear berganda. Pada pengujian analisis data menggunakan SPSS yang memperlihatkan bahwasanya pada variabel Flash sale mempengaruhi dengan positif dan signifikan dengan nilai t_{hitung} 10,076 disertai nilai sig 0,000 ataupun ($0,000 < 0,05$). Selanjutnya, Pada pengujian analisis data menggunakan SPSS yang menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Pembayaran berpengaruh secara positif dan signifikan dengan nilai t_{hitung} Pembayaran 6,340 disertai nilai sig 0,035 atau ($0,035 < 0,05$) dan

Pada pengujian analisis data menggunakan SPSS yang menunjukkan bahwa variabel Impulse Buying menunjukkan bahwasannya nilai F_{hitung} 60,200 disertai nilai sig 0,000 ataupun ($0,000 < 0,05$). Pada hasil penelitian serta pembahasan, sehingga dapat disimpulkan bahwasanya Flash Sale dan Kemudahan Pembayaran mempengaruhi Impulse Buying di masyarakat Kabupaten Sidoarjo.dengan begitu hipotesis yang menyatakan Flash Sale dan Kemudahan Pembayaran berpengaruh terhadap Impulse Buying dinyatakan diterima. Karena ketika meningkatnya Flash Sale dan terjalannya Kemudahan Pembayaran yang imbang dan baik dapat memberikan pengaruh terhadap Impulse Buying

ABSTRACT

This research means to find out and analyze Flash Sale and Ease of Payment in Impulse Buying on the Shopee Application. The samples in this research is 130 people with a sample technique using purposive sampling. The research method used is by using quantitative methods and techniques using multiple linear regression analysis. In testing the data analysis using SPSS which shows that the Flash sale variable has a positive and significant effect with a tcount of 10.076 accompanied by a sig value of 0.000 or ($0.000 < 0.05$). Furthermore, in testing the data analysis using SPSS which shows that the Ease of Payment variable has a positive and significant effect with a tcount value of 6.340 Payments accompanied by a sig value of 0.035 or

($0.035 < 0.05$) and in testing data analysis using SPSS which shows that the Impulse Buying variable shows that the Fcount value is 60.200 accompanied by a sig value of 0.000 or ($0.000 < 0.05$). Based on the results of the research and discussion, it can be concluded that Flash Sale and Ease of Payment have an effect on Impulse Buying in the people of Sidoarjo Regency. Thus the hypothesis that Flash Sale and Ease of Payment affect Impulse Buying is declared accepted. Because when the Flash Sale increases and the establishment of a balanced and good Ease of Payment can have an impact on Impulse Buying.

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACK.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Pemasaran	16

2.2.2 Manajemen Pemasaran	17
2.2.3 Perilaku Konsumen	18
2.2.4 <i>Flash Sale</i>	21
2.2.5 Kemudahan Pembayaran	24
2.2.6 <i>Impulse Buying</i>	26
2.2.7 Hubungan Antar Variabel	28
2.2.8 Kerangka Konseptual	30
2.2.9 Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Rancangan Penelitian	32
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel	33
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	34
3.3 Jenis dan sumber Data	35
3.3.1 Jenis Data	35
3.3.2 Sumber data	35
3.4 Teknik Pengambilan Data	36
3.4.1 Kuesioner	36
3.4.2 Prosedur Pengumpulan Data	37
3.4.3 Skala Pengukuran	37
3.4.4 Lokasi dan Jadwal Penelitian	38
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	38
3.5.1 Variabel Bebas (Variabel <i>Independen</i>)	38

3.5.2 Variabel Terikat (<i>Variabel Dependen</i>)	39
3.5.3 Definisi Operasional Variabel	39
3.6 Teknik Analisis Data	40
3.6.1 Penguji Instrumen Penelitian	40
3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik	41
3.6.3 Analisis regresi Linier Berganda.....	42
3.6.4 Pengujian Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Hasil Penelitian	46
4.1.1 Gambaran Perusahaan	46
4.1.2 Gambaran Umum Responden	51
4.1.3 Deskripsi Hasil Penilaian.....	53
4.1.4 Analisis dan Hasil Penelitian	62
4.1.5 Analisis Regresi linear berganda.....	70
4.1.6 Pengujian Hipotesis	72
4.2 Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	75
4.2.1 Pengaruh Variabel <i>Flash Sale</i> (X1) Terhadap Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y)	75
4.2.2 Pengaruh Kemudahan Pembayaran (X2) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y)	76
4.2.3 Pengaruh <i>Flash Sale</i> (X1) dan Kemudahan Pembayaran (X2) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y).....	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Simpulan	80

5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
Lampiran.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung E-Commerce	4
Tabel 3. 1 Skala Likert	38
Tabel 4. 1 Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4. 2 Data Responden berdasarkan Usia	52
Tabel 4. 3 Data Responden berdasarkan Status	53
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Flash Sale (X1)</i>	54
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel Kemudahan Pembayaran (<i>X2</i>).....	58
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Impulse Buying (Y)</i> ..	60
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Flash Sale (X1)</i>	63
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Pembayaran (<i>X2</i>).....	64
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Impulse Buying (Y)</i>	65
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reabilitas	66
Tabel 4. 11 Normalitas	67
Tabel 4. 12 Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4. 13 Uji Autokorelasi	68
Tabel 4. 14 Koefisien Korelasi dan Determinasi	70
Tabel 4. 15 Model Summary.....	71
Tabel 4. 16 Uji-t.....	73
Tabel 4. 17 Uji-F.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	49
Gambar 4. 2 Uji Heterokedastisitas	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian dan Pengambilan Data.....	84
Lampiran 2 Lembar Persetujuan Ujian Skripsi	85
Lampiran 3 Berita Acara Ujian Proposal Skripsi	86
Lampiran 4 Catatan Ujian Proposal Skripsi.....	87
Lampiran 5 Kartu Bimbingan Skripsi	88
Lampiran 6 Surat Pernyataan Bebas Plagiasi.....	89
Lampiran 7 Tabel R.....	90
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas X_1 , X_2 , Y	91
Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas X_1 , X_2 , Y	94
Lampiran 10 Hasil Uji Normalitas Normalitas	95
Lampiran 11 Hasil Uji Multikolinearitas	96
Lampiran 12 Hasil Uji Heterokedasitas	97
Lampiran 13 Hasil Uji Autokorelasi.....	98
Lampiran 14 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	99
Lampiran 15 Hasil Uji t	100
Lampiran 16 Hasil Uji F	101