

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING, PROMOTION* DAN  
*SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSE BUYING*  
PENGGUNA SHOPEE PADA MAHASISWA PRODI  
MANAJEMEN ANGKATAN 2020-2023 DI UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**SKRIPSI**



Nama : Anisa  
NIM : 20415119  
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2024**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING, PROMOTION* DAN  
*SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSE BUYING*  
PENGGUNA SHOPEE PADA MAHASISWA PRODI  
MANAJEMEN ANGKATAN 2020-2023 DI UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH PONOROGO**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Anisa  
NIM : 20415119  
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Digital Marketing, Promotion* dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulse Buying* Pengguna Shopee Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020-2023 Di Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Anisa

NIM : 20415119

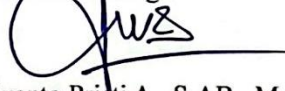
Tempat, Tanggal Lahir : Pacitan, 02 Desember 2002

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk menyusun skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 8 Agustus 2024

Dosen Pembimbing I



Eka Destriyanto Pristi A., S.AB., M.M.  
NIDN. 0711128404

Pembimbing II



Dr. Wijianto, S.E., M.M.  
NIDN. 0726048505

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si  
NIDN. 0760508 200501 1 002

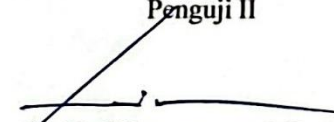
Dosen penguji

Penguji I



Eka Destriyanto Pristi A., S.AB., M.M.  
NIDN. 0711128404

Penguji II



Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si  
NIDN. 0008057601

Penguji III



Dr. Sri Hartono, S.E., M.M.  
NIDN.0730127102

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini mendapatkan karya saya sendiri (ASLI), dan di isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, Agustus 2024



NIM : 20415119

## RINGKASAN

Anisa

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya Pengaruh *Digital Marketing, Promotion* dan *Shopping Lifestyle* terhadap *Impulse Buying* Pengguna Shopee Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020-2023 di Universitas Muhammadiyah Ponorogo . Metode yang digunakan pada penelitian ini dengan metode kuantitatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online kepada responden dan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS 25. Populasi pada penelitian ini yaitu Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020-2023 di Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Sampel pada penelitian ini berjumlah 270 responden dengan menggunakan purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : *Digital Marketing, Promotion* dan *Shopping Lifestyle* berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap *Impulse Buying* Pengguna Shopee Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020-2023 di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Kata Kunci : *Impulse Buying, Digital Marketing, Promotion, Shopping Lifestyle*



## MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS.Al- Insyirah, 94:5)

“Tidak masalah kita kalah satu-dua pertarungan, atau malah kalah berkali-kali,  
tapi pastikan kitalah yang tetap berdiri tegap di akhir semua kisah”

(Tere Liye)



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji syukur bagi Allah SWT atas rahmatnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan pada Nabi Muhammad SAW. Dengan ketulusan hati dan ungkapan terima kasih penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orangtua saya, Bapak Misno dan Ibu Ismiatin yang sangat berjasa dan saya banggakan. Terima kasih atas segala pengorbanan, semangat, motivasi, serta do'a yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan bangku pendidikan yang tinggi. Namun beliau mampu membawa penulis hingga menyelesaikan studi sampai ke sarjana. Semoga rahmat Allah SWT senantiasa mengiringi kehidupan yang berkah, senantiasa diberi kesehatan, dan panjang umur.
2. Terima kasih untuk keluarga besar yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun material.
3. Teman-teman kos putri serta Ibu Ami dan keluarga. Terima kasih atas kebaikan, kebersamaan, semangat, dan dukungan yang diberikan selama kurang lebih 3 tahun. Kalian telah menjadi keluarga kedua bagi saya.
4. Riyan Bayu Pramudya, *partner* yang menjadi salah satu penyemangat karena selalu menemani dan menjadi *support system* selama menyusun skripsi. Terima kasih berkontribusi dalam penulisan skripsi ini, baik dalam meluangkan waktu, tenaga, dukungan, dan materi. Terimakasih telah menjadi bagian perjalanan penulis hingga selesai.

5. Rekan-rekan mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo angkatan 2020 khususnya kelas Manajemen A, terima kasih atas dukungan dan kerjasamanya selama menempuh pendidikan serta menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Terakhir, terima kasih untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, baik secara langsung atau tidak langsung yang telah membantu dalam penulisan ini.





## KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh *Digital Marketing, Promotion, dan Shopping Lifestyle* terhadap *Impulse Buying* Pengguna Shopee Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020-2023 di Universitas Muhammadiyah Ponorogo”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Srata Satu (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya ukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak . Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih tak terhingga kepada :

1. Dr. Happy Susanto, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Naning Kristiyana, S.E., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Eka Destriyanto Pristi A, S.AB., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, masukan, pengarahan dan saran kepada penulis dalam menyusun penelitian ini.

5. Dr. Wijianto, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, masukan, pengarahannya dan saran kepada penulis dalam menyusun penelitian ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah yang telah memberikan ilmu yang tak ternilai harganya, masukan, pemikiran dan tenaga selama proses pembelajaran yang dapat menambah wawasan bagi penulis.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena masih terdapat kekurangan-kekurangan. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk membantu menyempurnakan tulisan ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Ponorogo, Juli 2024



Penulis

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN PENGESAHAN .....               | ii   |
| HALAMAN PERNYATAAN.....                | iii  |
| HALAMAN PERSEMBAHAN.....               | vi   |
| DAFTAR ISI .....                       | x    |
| DAFTAR TABEL.....                      | xiii |
| DAFTAR GAMBAR.....                     | xiv  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                   | xv   |
| BAB I.....                             | 1    |
| PENDAHULUAN.....                       | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....               | 1    |
| 1.1 Perumusan Masalah.....             | 6    |
| 1.2 Tujuan dan Manfaat Penelitian..... | 7    |
| BAB II.....                            | 9    |
| TINJAUAN PUSTAKA.....                  | 9    |
| 2.1 Landasan Teori .....               | 9    |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran.....         | 9    |
| 2.1.3 Bauran Pemasaran .....           | 14   |
| 2.1.4 <i>Impulse Buying</i> .....      | 15   |
| 2.1.5 <i>Digital Marketing</i> .....   | 18   |
| 2.1.6 <i>Promotion</i> .....           | 21   |

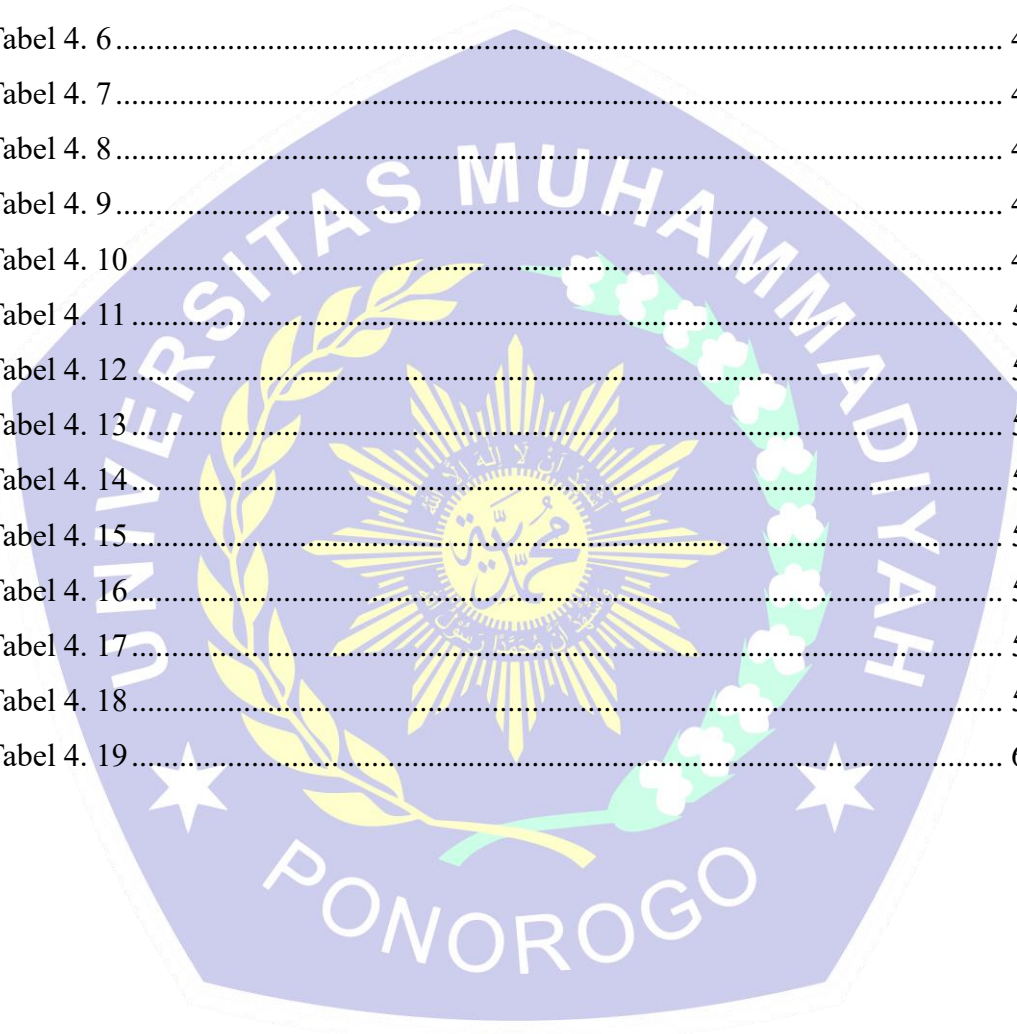
|  |    |
|--|----|
| 2.1.7 <i>Shopping Lifestyle</i> .....        | 24 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu.....                | 25 |
| 2.3 Kerangka Konseptual Penelitian .....     | 27 |
| 2.4 Hipotesis.....                           | 28 |
| <b>BAB III</b> .....                         | 32 |
| <b>METODE PENELITIAN</b> .....               | 32 |
| 3.1 Ruang lingkup penelitian.....            | 32 |
| 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....     | 32 |
| 3.3 Metode pengambilan data .....            | 34 |
| 3.4 Definisi operasional variabel.....       | 34 |
| 3.5 Metode analisis data .....               | 36 |
| <b>BAB VI</b> .....                          | 40 |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> ..... | 40 |
| 4.1 Gambaran umum aplikasi shopee.....       | 40 |
| 4.2 Deskripsi Data .....                     | 41 |
| 4.3 Uji Instrumen.....                       | 49 |
| 4.4 Uji Asumsi Klasik .....                  | 52 |
| 4.5 Hasil Analisis Data .....                | 54 |
| 4.6 Pembahasan .....                         | 60 |
| <b>BAB V</b> .....                           | 65 |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....            | 65 |
| 5.1 Kesimpulan.....                          | 65 |
| 5.2 Saran .....                              | 66 |





**DAFTAR TABEL**

|                   |    |
|-------------------|----|
| Tabel 2. 1 .....  | 25 |
| Tabel 3. 1 .....  | 35 |
| Tabel 4. 1 .....  | 42 |
| Tabel 4. 3 .....  | 43 |
| Tabel 4. 4 .....  | 44 |
| Tabel 4. 5 .....  | 45 |
| Tabel 4. 6 .....  | 46 |
| Tabel 4. 7 .....  | 47 |
| Tabel 4. 8 .....  | 48 |
| Tabel 4. 9 .....  | 48 |
| Tabel 4. 10 ..... | 49 |
| Tabel 4. 11 ..... | 50 |
| Tabel 4. 12 ..... | 51 |
| Tabel 4. 13 ..... | 52 |
| Tabel 4. 14 ..... | 53 |
| Tabel 4. 15 ..... | 54 |
| Tabel 4. 16 ..... | 55 |
| Tabel 4. 17 ..... | 57 |
| Tabel 4. 18 ..... | 58 |
| Tabel 4. 19 ..... | 60 |



## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1 1 Data Pengunjung e-commcerce di Indonesia ..... | 2  |
| Gambar 4 1: Logo Perusahaan Shopee .....                  | 41 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| Lampiran 1 Surat Keterangan Hasil Uji Cek Plagiasi..... | 73  |
| Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian.....                  | 74  |
| Lampiran 3: Tabulasi Data Jawaban Responden.....        | 80  |
| Lampiran 4: Hasil Uji Validitas.....                    | 94  |
| Lampiran 5: Hasil Uji Reabilitas .....                  | 97  |
| Lampiran 6: Hasil Uji Asumsi Klasik .....               | 98  |
| Lampiran 7: Hasil Uji Hipotesis .....                   | 99  |
| Lampiran 8: Perhitungan Karakteristik Responden .....   | 101 |
| Lampiran 9: Hasil Jawaban Kuesioner Responden.....      | 102 |
| Lampiran 10 Berita Acara Bimbingan .....                | 104 |

