

**PENGARUH *PAYDAY SALE*, *LIVE STREAMING* DAN
VOUCHER DISKON TERHADAP *IMPLUSIVE BUYING*
DI PLATFORM SHOPEE**



SKRIPSI

Di ajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat – syarat
guna memperoleh gelar sarjana program strata satu (S-1)
pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Ma'rifatun Hasanah
Nim : 21415499
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2025**

**PENGARUH *PAYDAY SALE*, *LIVE STREAMING* DAN
VOUCHER DISKON TERHADAP *IMPLUSIVE BUYING*
DI PLATFORM SHOPEE**



SKRIPSI

Di ajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat – syarat
guna memperoleh gelar sarjana program strata satu (S-1)
pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Ma'rifatun Hasanah
Nim : 21415499
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Payday Sale*, *Live Streaming* dan *Voucher Diskon* Terhadap *Impulsive Buying* di Platform Shopee
Nama : Ma'rifatun Hasanah
NIM : 21415499
Tempat, Tanggal Lahir : Lampung, 13 Desember 2002
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 7 Agustus 2025

Pembimbing I

Dr. Wijianto SE MM
NUPTK.2758763664130222

Pembimbing II

Dr. Diana Pramudya Wardhani, S.E., MM
NUPTK.0741761662230202

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Slamet Santoso SE, M.Si
NIDK.1970101619990412

Dosen penguji :

Dr. Wijianto, SE., MM
NUPTK.2758763664130222

Fery Setiawan, S.E., M.M.
NUPTK.1552767668131043

Titis Purwaningrum, SE., M.MA
NUPTK.736748649230192

MOTTO

Batasi malasmu sebelum malas menguasai hidupmu

Karena

Penyesalan tidak membawa perubahan



RINGKASAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh *payday sale*, *live streaming* dan *voucher diskon* terhadap *impulsive buying* pada pengguna platform *e-commerce* shopee. Fenomena meningkatnya aktifitas belanja online terutama pada periode *payday sale* menjadi latar belakang penting dalam penelitian ini. Strategi promosi lainnya seperti fitur *live streaming* yang interaktif, serta penggunaan *voucher diskon* dinilai mampu mendorong *impulsive buying* di platform shopee.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey melalui penyebaran kuisioner kepada 70 responden yang merupakan pengguna aktif aplikasi shopee dan pernah melakukan pembelian minimal satu kali dalam periode tiga bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan random sampling. Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas (*payday sale*, *live streaming* dan *voucher diskon*) terhadap variabel terikat (*impulsive buying*).

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *live streaming* terbukti memiliki pengaruh yang signifikan karena mampu menciptakan interaksi langsung antara penjual dan pembeli, memberikan visualisasi produk secara *real-time*, dan membangun koneksi sosial yang kuat. Sedangkan variabel *Payday sale* merupakan strategi promosi yang efektif secara persepsi dan sangat menarik perhatian konsumen. Akan tetapi dalam konteks penelitian ini, *payday sale* tidak memiliki pengaruh signifikan secara statistik terhadap perilaku *impulsive buying* di platform shopee. Untuk variabel *voucher diskon* juga menunjukkan pengaruh positif namun

tidak signifikan secara statistik. Yang berarti strategi ini lebih cocok untuk digunakan sebagai pelengkap atau pendukung dari strategi utama daripada di jadikan sebagai pemicu utama perilaku *impulsive buying* di platform shopee.

Menariknya dalam penelitian ini ditemukan pada saat ketiga strategi di kombinasikan, mereka memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku *impulsive buying* di platform shopee. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara berbagai strategi dapat menciptakan dampak yang lebih kuat daripada menggunakan satu strategi saja. temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pelaku bisnis *e-commerce* dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, serta menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen agar lebih bijak dalam belanja online.

Kata kunci : *impulsive buying, payday sale, live streaming, voucher diskon, shopee.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil Alamin, dengan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan rasa nikmat atas kekuatan, kesehatan, kesabaran, akal dan fikiran sehingga saya dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi dengan judul *PENGARUH PAYDAY SALE, LIVE STREAMING DAN VOUCHER DISKON TERHADAP IMPLUSIVE BUYING DI PLATFOM SHOPEE*. Dalam skripsi ini penulis menyadari bahwa masih jauh dari kata sempurna. Hal ini disadari karena adanya keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yg penulis miliki dalam penyusunan skripsi ini.

Sangat besar harapan penulis, semoga dengan skripsi ini bisa membawa manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menemukan banyak kendala dan hambatan. Sekripsi ini tentunya tidak akan selesai tanpa adanya dukungan dan do'a dari beberapa pihak. Dengan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sedalam-dalamnya dan mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Diriku ma'rifatun hasanah yang telah berjuang dan bertahan hingga sejauh ini. Terimakasih karena tidak menyerah dan terus berusaha bertahan pada setiap proses yang di lalui. Terimakasih karena tetap bertahan dan terus berjalan meskipun sudah berkali-kali patah dan ingin menyerah. Semoga kedepanya saya dapat terus berproses menjadi manusia yang lebih baik, tidak mudah patah semangat, dan bermanfaat bagi orang lain. Semoga semua impian dan cita-cita saya dapat tergapai semuanya.

2. Ibunda tercinta, ibu rosidah yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada saya agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terimakasih telah merawat dan mendidik serta memberikan kasih sayang, do'a juga dukungan yang tiada henti. Tanpa do'a dan dukungannya mungkin saya tidak akan sampai di titik ini.
3. Teruntuk dirinya, chepa arkan yang selalu memberikan semangat dan dukungan yang lebih kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Seseorang yang saya temui di tahun 2019 silam, terimakasih atas segalanya yang tidak bisa saya sebutkan detailnya. Mari tetap bersama dalam berproses dan mencapai tujuan yang sama.
4. Kepada saudara dan kerabat saya yang telah menjadi motifasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan ibu dosen Universitas Muhammadiyah Ponorogo terutama bapak dan ibu dosen pembimbing saya yang telah mengarahkan, memberi ilmu, dan membimbing saya dalam proses pembuatan skripsi ini. Tanpa adanya campur tangan bapak dan ibu sekalian tentunya saya tidak akan bisa mendapatkan gelar S.E.
6. Kepada teman-teman terdekat saya yang telah memberikan dukungan dan semangat mulai dari awal sampai akhir penyusunan skripsi ini.
7. Kepada seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu yang telah membantu dan mendukung saya, saya ucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya.

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

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

Ponorogo, 07, Agustus, 2025



DITANDATANGANI

Ma'rifatun Hasanah
21415499

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
MOTTO	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1. Tujuan Penelitian	5
2. Manfaat Penelitian	6
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
1. Teori <i>stimulus organism response</i> (S-O-R)	8
2. Manajemen.....	10
3. Manajemen pemasaran.....	13
4. Bauran pemasaran/ <i>marketing mix</i>	16

5. Perilaku konsumen	18
6. <i>E-commerce shopee</i>	20
7. <i>Impulsive buying</i>	22
8. <i>Payday sale</i>	25
9. <i>Live streaming</i>	27
10. <i>Voucher diskon</i>	29
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	34
2.4 Hipotesis	34
BAB III	38
METODE PENELITIAN	38
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	38
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	38
1. Populasi	38
2. Sample penelitian	39
3.3 Metode Pengambilan Data	40
1. Data primer	40
2. Data sekunder	41
3.4 Definisi Operasional Variabel	41
3.5 Metode Analisis Data	43
1. Uji instrument	43
2. Uji analisis data	45
3. Uji hipotesis	46
BAB IV	48
HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Hasil Penelitian	48

1. Gambaran umum objek penelitian	48
2. Karakteristik responden	52
3. Deskripsi jawaban responden.....	56
4. Hasil analisis data.....	61
4.2 Pembahasan.....	70
1. Pengaruh <i>payday sale</i> (X1) terhadap <i>impulsive buying</i> (Y).....	70
2. Pengaruh <i>live streaming</i> (X2) terhadap <i>impulsive buying</i> (Y).....	71
3. Pengaruh <i>voucher diskon</i> (X3) terhadap <i>impulsive buying</i> (Y)	72
4. Pengaruh <i>payday sale</i> (X1), <i>live streaming</i> (X2) dan <i>voucher diskon</i> (X3) terhadap <i>impulsive buying</i> (Y)	73
BAB V	75
KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 penelitian terdahulu.....	31
Tabel 3.1 bobot skor skala liert.....	41
Tabel 3. 2 devinisi oprasional variabel	42
Tabel 4.1 Pengujian karakteristik jenis kelamin	52
Tabel 4.2 Pengujian karakteristik usia	54
Tabel 4.3 Pengujian karakteristik frekuensi pembelian	55
Tabel 4.4 Respon terhadap variabel payday sale	57
Tabel 4.5 Respon terhadap variabel live streaming	58
Tabel 4.6 Respon terhadap variabel voucher diskon	59
Tabel 4.7 Respon terhadap variabel impulsive buying	60
Tabel 4.8 Hasil uji validitas	62
Tabel 4.9 Hasil uji reabilitas	63
Tabel 4.10 Hasil uji regresi linier berganda	63
Tabel 4.11 Hasil analisis koefisien determinasi	66
Tabel 4.12 Hasil uji T.....	67
Tabel 4.13 Hasil uji F.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 kerangka pemikiran	34
Gambar 4. 1Gambar 4.1 logo shopee	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	85
Lampiran 2 Data Responden.....	90
Lampiran 3 Jawaban Reaponden	93
Lampiran 4 Uji Validitas.....	96
Lampiran 5 Uji Reabilitas	99
Lampiran 6 Uji Regresi Linier Berganda.....	101
Lampiran 7 Koefisien Determinasi	102
Lampiran 8 Distribusi Nilai F-Tabel.....	103
Lampiran 9 BA Bimbingan.....	104
Lampiran 10 lembar surat keterangan plagiasi	106

