

**PENGARUH EMOSI POSITIF DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF
PADA KONSUMEN SHOPEE
(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)**



**Disusun Untuk Memenuhi dan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun :

NING TIYAS WULANDARI

14030119120008

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2022 SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI / TA)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Ning Tiyas Wulandari
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030119120008
3. Tempat / Tanggal Lahir : Bandar Lampung, 24 Juni 2001
4. Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl. Tunjung Sari, no 9, Tembalang, Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi/TA) yang saya tulis berjudul:

**Pengaruh Emosi Positif dan Promosi Penjualan terhadap Perilaku
Pembelian Impulsif pada Konsumen Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa
Universitas Diponegoro)**

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 19 Desember 2022

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Pembuat Pernyataan,

Dra. Apriatni Endang Prihatini M. Si
NIP. 196104101986032001

Ning Tiyas Wulandari
NIM. 14030119120008

Ketua Program Studi

Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197603302003122001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Emosi Positif dan Promosi Penjualan terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Konsumen Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)

Nama Penyusun : Ning Tiyas Wulandari

NIM : 14030119120008

Program Studi : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 19 Desember 2022

Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Hardi Warsono, M. T
NIP. 196408271990011001

Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin
NIP. 196908221994031003

Dosen Pembimbing

1. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si
NIP. 196104101986032001

Dosen Penguji

1. Prof. Dr. Drs. Ngatno, M. M
NIP. 196205061988031006

2. Prof. Dr. Dra. Naili Farida M. Si
NIP. 196204121989022001

3. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si
NIP. 196104101986032001

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

`Yakinlah kau bisa dan kau sudah separuh jalan menuju kesana.

Selesaikan apa yang kamu mulai~

Atas izin Allah SWT, saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua tercinta saya Bapak Usman dan Ibu Nurlaili, saudara tersayang Dwi dan Abhi, Terimakasih banyak telah menjadi motivasi terbesar saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas pengorbanan, perjuangan, dukungan, dan doa yang telah diberikan sehingga saya bisa melalui semuanya dan sampai di titik ini.
2. Keluarga besar Kakek Asnawi dan Kakek Sofyan yang menjadi motivasi saya untuk segera menyelesaikan skripsi untuk membanggakan keluarga semua.
3. Bapak Ibu Dosen Administrasi Bisnis yang telah dengan baik berdedikasi di perjalanan saya mencari ilmu selama di bangku perkuliahan. Terkhusus Ibu Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si dan Prof. Dr. Dra. Naili Farida M. Si selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan saya selama penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan di waktu yang tepat.
4. Teman-teman seperjuangan yang telah mendukung dan membersamai saya, Suek, Tak gintang-Gintang, dan Matic. Terimakasih sudah menjadi bagian dari hidup saya dan menyaksikan perjalanan dan perjuangan saya. Terkhusus Rahma Aulia Putri, teman disegala kondisi yang selalu meyakinkan dan mendukung saya. Semoga kalian semua diberi kemudahan dan kelancaran untuk segera menyelesaikan skripsi dan sukses dibidangnya masing-masing.
5. Teman-teman Administrasi Bisnis 2019 dan keluarga IKAMALA UNDIP, terimakasih atas kebersamaan dan keceriaannya yang telah mewarnai hari-hari saya selama tinggal diperantauan.
6. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting.*

**PENGARUH EMOSI POSITIF DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF PADA KONSUMEN
SHOPEE**

(Studi Kasus pada Konsumen Shopee Mahasiswa Universitas Diponegoro)

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang kini berubah menjadi serba digital, terlebih hadir berbagai platform yang menjadi media perdagangan elektronik yaitu *e-commerce*. Shopee menduduki peringkat satu *Top E-commerce* berdasarkan hasil penelitian oleh Ipsos Indonesia. Pendapatan Shopee terus mengalami peningkatan sepanjang tahun 2021, namun pada kuartal 1 2022 pendapatan Shopee menurun, disamping itu Shopee juga mengalami peningkatan kerugian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh emosi positif dan promosi penjualan terhadap perilaku pembelian impulsif. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory research* dengan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* melalui pendekatan *purposive sampling*.

Emosi positif dan promosi penjualan berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif pada konsumen Shopee Mahasiswa Universitas Diponegoro. Hasil penelitian variabel emosi positif menunjukkan bahwa kenyamanan konsumen Shopee masih rendah, untuk itu Shopee disarankan dapat meningkatkan kualitas pelayanannya. Hasil penelitian variabel promosi penjualan menunjukkan bahwa promosi penjualan yang ditawarkan Shopee tidak begitu mudah dan jelas serta waktu pelaksanaan promosi penjualan kurang tepat. Untuk itu, Shopee disarankan dapat membuat syarat dan ketentuan promosi dengan mudah dan jelas serta mempertimbangkan waktu pelaksanaan promosi penjualan yang tepat.

Kata Kunci : Emosi Positif, Promosi Penjualan, Pembelian Impulsif, Shopee

THE EFFECT OF POSITIVE EMOTIONS AND SALES PROMOTION ON

IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR ON SHOPEE CONSUMERS
(Case Study on Shopee Consumers Diponegoro University Students)

ABSTRACT

This research is motivated by changes in people's lifestyles which are now turning into all digital, especially the presence of various platforms that become electronic trading media, namely e-commerce. Shopee is ranked number one Top E-commerce based on research results by Ipsos Indonesia. Shopee's revenue continued to increase throughout 2021, but in the first quarter of 2022 Shopee's revenue decreased, besides that Shopee also experienced an increase in losses.

This study aims to determine the effect of positive emotions and sales promotions on impulse buying behavior. This study uses explanatory research type with non probability sampling technique through purposive sampling approach.

Positive emotions and sales promotions have a positive effect on impulse purchases on Shopee consumers, Diponegoro University students. The results of the research on positive emotion variables show that Shopee's consumer comfort is still low, for that Shopee is advised to improve its service quality. The results of research on sales promotion variables show that the sales promotions offered by Shopee are not so easy and clear and the timing of sales promotions is not right. For this reason, it is recommended that Shopee be able to make the terms and conditions of promotions easy and clear and consider the right time to implement sales promotions.

Keywords: *Positive Emotions, Sales Promotion, Impulse Buying, Shopee*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, berkat rahmat, karunia dan ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

Penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Emosi Psotif dan Promosi Penjualan terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Diponegoro) tidak terlepas dari berbagai pihak yang terlibat. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan dukungan dan bantuannya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada :

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun laporan ini.
2. Dr. Reni Shinta Dewi S.Sos., M.Si selaku ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
3. Prof. Dr. Drs. Ngatno, M. M dan Dr. Dra. Sri Suryoko M. Si selaku dosen wali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun laporan ini dan telah membimbing semenjak awal perkuliahan.
4. Dra Apriatni Endang Prihatini M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.

5. Prof. Dr. Dra. Naili Farida M. Si selaku dosen penguji sekaligus pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Dosen-dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan dan menyampaikan ilmu yang bermanfaat pada penulis.
7. Staff Admin Prodi Administrasi Bisnis yang telah membantu dan mengarahkan saya dalam rangkaian proses administrasi penyelesaian skripsi.
8. Seluruh responden atas kesediannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
9. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat disebutka satu per satu.

Penulis sadar bahwa penulisan skripsi ini belum sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga hasil dari skripsi ini dapat memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, Desember 2022

Penulis

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI / TA)	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
Daftar Gambar	xiii
Daftar Tabel	xiv
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Perumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Kerangka Teori	Error! Bookmark not defined.
1.5.1 Perilaku Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.2 Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
1.5.3 Konsep Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.

1.5.4 Emosi Positif.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.5 Promosi penjualan	Error! Bookmark not defined.
1.5.6 Pembelian impulsif	Error! Bookmark not defined.
1.5.7 E-Commerce	Error! Bookmark not defined.
1.6 Pengaruh Antarvariabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.7 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
1.8 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
1.9 Definisi Konseptual	Error! Bookmark not defined.
1.9.1 Emosi positif.....	Error! Bookmark not defined.
1.9.2 Promosi penjualan	Error! Bookmark not defined.
1.9.3 Pembelian impulsif	Error! Bookmark not defined.
1.10 Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
1.10.1 Emosi positif.....	Error! Bookmark not defined.
1.10.2 Promosi penjualan	Error! Bookmark not defined.
1.10.3 Pembelian impulsif.....	Error! Bookmark not defined.
1.11 Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.11.1 Tipe Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.11.2 Populasi dan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
1.11.3 Teknik Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.
1.11.4 Jenis dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
1.11.5 Skala Pengukuran	Error! Bookmark not defined.

1.11.6	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
1.11.7	Teknik Pengelolaan Data.....	Error! Bookmark not defined.
1.11.8	Instrumen	Error! Bookmark not defined.
1.11.9	Teknik Analisis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II		Error! Bookmark not defined.
GAMBARAN UMUM SHOPEE		Error! Bookmark not defined.
2. 1	Profil Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
2. 2	Visi dan Misi Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
2. 3	Nilai	Error! Bookmark not defined.
2. 4	Logo.....	Error! Bookmark not defined.
2. 5	Jenis Produk.....	Error! Bookmark not defined.
2. 6	Jenis Promosi Penjualan	Error! Bookmark not defined.
2. 7	Struktur Organisasi	Error! Bookmark not defined.
2. 8	Identitas responden	Error! Bookmark not defined.
BAB III		Error! Bookmark not defined.
PENGARUH EMOSI POSITIF DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA KONSUMEN SHOPEE		Error! Bookmark not defined.
3.1	Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.2	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.3	Analisis Deskripsi dan Hasil Interpretasi Pengaruh Emosi Positif dan Promosi	

Penjualan terhadap Pembelian Impulsif.....	Error! Bookmark not defined.
3.3. 1 Hasil Interpretasi Variabel Emosi Positif (X1).....	Error! Bookmark not defined.
3.3. 2 Hasil Interpretasi Variabel Promosi Penjualan (X2)	Error! Bookmark not defined.
3.3. 3 Hasil Interpretasi Variabel Pembelian Impulsif (Y)	Error! Bookmark not defined.
3.4 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Analisis Pengaruh Emosi Positif terhadap Pembelian Impulsif	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 Analisis Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif	Error! Bookmark not defined.
3.4.2.4 Uji t... ..	Error! Bookmark not defined.
3.4.3 Analisis Pengaruh Emosi Positif dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
4.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
4.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 E-Commerce Top Of Mind Awareness **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 2 Pendapatan Shopee (Kuartal 1 2021 – Kuartal 1 2022) **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 3 Kerugian Shopee Per-Kuartal 1 (2018-2022) **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 4 Diagram Tanggapan Responden Mengenai Pembelian impulsif **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 5 Diagram Tanggapan Responden Mengenai Faktor yang Mempengaruhi Pembelian impulsif **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 6 Keluhan Konsumen kepada Shopee di Media Sosial Twitter ... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 7 Kurva Hasil Uji T- Test (*One Tail*)... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 8 Kurva Hasil Uji F- Test **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 1 Logo Shopee **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 2 Kategori Produk Shopee **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 3 Bentuk Voucher yang Ditawarkan Shopee **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 4 Bentuk Discount yang Ditawarkan Shopee **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 5 Bentuk Cashback yang Ditawarkan Shopee **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 6 Bentuk Flashsale yang Ditawarkan Shopee **Error! Bookmark not defined.**

defined.

Gambar 2. 7 Struktur Organisasi Shopee**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3. 1 Kurva Hasil Uji T (One Tail) Variabel Emosi Positif terhadap Variabel Pembelian

Impulsif.....**Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 3. 2 Kurva Hasil Uji T (One Tail) Variabel Promosi Penjualan terhadap Variabel Pembelian Impulsif**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3. 3 Kurva Hasil Uji F Variabel Emosi Positif dan Variabel Promosi Penjualan terhadap Variabel Pembelian Impulsif ..**Error! Bookmark not defined.**

Daftar Tabel

- Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1. 2 Tabel Koefisien Korelasi**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. 1 Tabel Usia Responden.....
.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. 2 Tabel Responden berdasarkan Fakultas **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. 3 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. 4 Responden berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. 5 Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian di Shopee **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Emosi Positif.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Pembelian Impulsif**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas Variabel.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 9 Rekapitulasi Jawaban Mengenai Variabel Emosi Positif **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 10 Distribusi Kategorisasi Interval Emosi Positif**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 15 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Promosi Penjualan.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 16 Distribusi Kategorisasi Interval Promosi Penjualan**Error! Bookmark not defined.**

not defined.

Tabel 3. 21 Rekapitulasi Jawaban Mengenai Variabel Pembelian Impulsif... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 22 Distribusi Kategorisasi Variabel Pembelian Impulsif..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 23 Hasil Uji Koefisien X1..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 24 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Emosi Positif terhadap Pembelian Impulsif **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 25 Hasil Uji Koefisien X2..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 26 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 27 Hasil Uji Koefisien **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 28 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Emosi Positif dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 29 Hasil Uji F **Error! Bookmark not defined.**

