

**PENGARUH *LIFESTYLE*, *DISCOUNT* , DAN PROMOSI
GRATIS ONGKOS KIRIM TERHADAP PERILAKU
IMPULSE BUYING KONSUMEN *E-COMMERCE* PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**

SKRIPSI



PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN EKONOMI DAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA
2024

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA PENDIDIKAN**

Menyetujui

Pembimbing I,



Made Ary Mcitriana, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198005032006042003

Pembimbing II,



Ni Wayan Ayu Santi, S.Pd., M.Pd.
NIP. 199206062020122019

Skripsi oleh Antasya Rohma ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 12 Juli 2024

Dewan Penguji,



Made Ary Meitriana, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198005032006042003

(Ketua)



Ni Wayan Ayu Santi, S.Pd., M.Pd.
NIP. 199206062020122019

(Anggota)



Dr. M. Rudi Irwansyah, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198712112018031002

(Anggota)

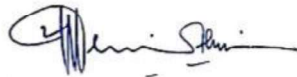
Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana pendidikan

Pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 12 Juli 2024

Mengetahui,

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001

Sekretaris Ujian,



Dr. M. Rudi Irwansyah, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198712112018031002

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si.
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh *Lifestyle*, *Discount*, Dan Promosi Gratis Ongkos Kirim Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Konsumen *E-Commerce* Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 11 Juli 2023
Yang membuat pernyataan



Antasya Rohma
NIM 2017011073

MOTTO

"Jangan pernah takut tertinggal, setiap orang punya proses dan rezekinya masing-masing"



PRAKATA

Puji syukur penyusun panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat Nya-lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Lifestyle, Discount, Dan Promosi Gratis Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Impulse Buying* Konsumen *E-Commerce* Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana pendidikan pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti pendidikan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi atas motivasi dan fasilitas yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan studi sesuai dengan rencana.
3. Dr. Kadek Rai Suwena, S.Pd., M.Pd, selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi atas motivasi yang diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. M. Rudi Irwansyah, S.Pd., M.Pd, selaku Koorprodi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk, dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Made Ary Meitriana, S.Pd., M.Pd., selaku Pembimbing I dan Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk dan motivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Ni Wayan Ayu Santi, S.Pd., M.Pd, selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk, dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Staf Dosen di lingkungan Jurusan Ekonomi dan Akuntansi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama proses pembelajaran di Program Studi Pendidikan Ekonomi.

8. Kepala dan staf Perpustakaan Pusat Universitas Pendidikan Ganesha yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.
9. Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha yang telah berkenan menjadi responden dalam penelitian ini.
10. Untuk orang tua yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis untuk kelancaran dalam mengerjakan skripsi serta memberikan dukungan secara material kepada penulis.
11. Untuk kakak dan adik penulis yang selalu memberikan dukungan dan kepercayaan kepada penulis dari awal perkuliahan hingga proses penulisan skripsi.
12. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020 yang senantiasa menemani, memberikan doa, semangat dan dukungannya kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
13. Untuk Dharrojatunazifah, Ni Kadek Dita Karmelia Dewi, Amalia Agustin, Nova Aulia Ramdani dan Rahmita Safitri yang selalu memberi dukungan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
14. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Singaraja, Februari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	HALAMAN
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	iviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Pembatasan Masalah.....	13
1.4 Rumusan Masalah.....	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN TEORI.....	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 <i>Impulse Buying</i>	16
2.1.1.1 Tipe <i>Impulse Buying</i>	18
2.1.1.2 Faktor-faktor Terjadinya <i>Impulse Buying</i>	20
2.1.1.3 Indikator <i>Impulse Buying</i>	26
2.1.2 <i>Lifestyele</i>	29
2.1.2.1 Indikator <i>Lifestyle</i>	30
2.1.3 <i>Discount</i>	32
2.1.3.1 Tujuan <i>Discount</i>	34
2.1.3.2 Indikator <i>Discount</i>	35
2.1.4 Promosi Gratis Ongkos Kirim.....	36
2.1.4.1 Indikator Promosi Gratis Ongkos Kirim.....	38

2.2	Kajian Penelitian yang Relevan	40
2.3	Kerangka Berpikir	42
2.4	Hipotesis Penelitian	45
BAB III METODE PENELITIAN		46
3.1	Rancangan Penelitian	46
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	47
3.3	Definisi Operasional Variabel	48
3.4	Jenis dan Sumber Data	51
3.4.1	Jenis Data	51
3.4.2	Sumber Data	51
3.5	Metode Pengumpulan Data	51
3.6	Instrumen Pengumpulan Data	52
3.7	Teknik Analisis Data	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Deskripsi Data	58
4.1.1	Gambaran Umum Responden	58
4.1.2	Analisis Statistik Deskriptif	59
4.2	Pengujian Asumsi Klasik	60
4.2.1	Analisis Regresi Linier Berganda	65
4.3	Pengujian Hipotesis	67
4.3.1	Pengaruh <i>Lifestyle</i> (X1) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y)	67
4.3.2	Pengaruh <i>Discount</i> (X2) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y)	68
4.3.3	Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim (X3) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y)	69
4.3.4	Pengaruh <i>Lifestyle</i> (X1), <i>Discount</i> (X2), dan Promosi Gratis Ongkos Kirim Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y)	69
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	70
4.4.1	Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i> Konsumen <i>E-commerce</i> Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha	70

4.4.2 Pengaruh <i>Discount</i> Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i> Konsumen <i>E-commerce</i> Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha ..	72
4.4.3 Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i> Konsumen <i>E-commerce</i> Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha	73
4.4.4 Pengaruh <i>Lifestyle, Discount,</i> dan Promosi Gratis Ongkos Kirim Terhadap Perilaku <i>Impulse Buying</i> Konsumen <i>E-commerce</i> Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha	74
4.6 Implikasi	76
4.7 Keterbatasan Penelitian.....	77
 BAB V PENUTUP.....	 78
5.1 Simpulan	78
5.2 Simpulan	80
5.3 Saran	81
 DAFTAR PUSTAKA	 83
LAMPIRAN.....	88



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sekarang dan Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	48
Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden.....	58
Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif	59
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas	62
Tabel 4.5 Hasil Uji Linieritas.....	64
Tabel 4.6 Hasil Output SPSS Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4.7 Hasil Output SPSS Statistik <i>Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	66
Tabel 4.8 Hasil Output SPSS Statistik <i>Discount</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	67
Tabel 4.9 Hasil Output SPSS Statistik Promosi Gratis Ongkos Kirim Terhadap <i>Impulse Buying</i>	68
Tabel 4.10 Hasil Output SPSS Statistik <i>Lifestyle</i> , <i>Discount</i> , dan Promosi Gratis Ongkos Kirim Terhadap <i>Impulse Buying</i>	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Transaksi E-commerce di Indonesia Tahun 2022	2
Gambar 1.2 Jumlah Penduduk Provinsi Bali Menurut Kabupaten/Kota dan Komposisi Penduduk Buleleng 2020	3
Gambar 1.3 Hasil Pra-survey <i>Lifestyle</i> Pada Pengguna E-commerce.....	4
Gambar 1.4 Hasil Pra-survey <i>Discount</i> Pada Pengguna E-commerce.....	6
Gambar 1.5 Hasil Pra-survey Promosi Gratis Ongkos Kirim Pada Pengguna <i>E-commerce</i>	8
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	43
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian	45
Gambar 4.1 Grafik <i>Scatterplot</i>	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1. Surat Penelitian.....	88
Lampiran 2. Daftar Nama Responden Uji Validitas dan Uji Reabilitas	89
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 4. Rekapitulasi Hasil Uji Coba	96
Lampiran 5. Hasil Uji Coba Uji Validitas dan Reabilitas Kuesioner <i>Lifestyle</i> (X1), <i>Discount</i> (X2), dan Promosi Gratis Ongkos Kirim (X3)	100
Lampiran 6. Hasil Data Kuesioner.....	107
Lampiran 7. Responden Penelitian	111
Lampiran 8. Data Ordinal Kuesioner Penelitian.....	116
Lampiran 9. Hasil Analisis Deskriptif Statistik	130
Lampiran 10. Hasil Output Uji Asumsi Klasik.....	131
Lampiran 11. Regresi Linier Berganda.....	134
Lampiran 12. Hasil Uji t dan Uji F	135

