

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF KONSUMEN *MARKETPLACE* SHOPEE
PADA GENERASI Z DI KOTA SINGARAJA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Pendidikan Ganesha

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan

Program Sarjana Pendidikan Ekonomi

Oleh

Nyoman Devi Apriani

NIM 2017011002



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 Ayu Meitriana, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198005032006042003

Pembimbing II,



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

Skripsi oleh Nyoman Devi Apriani
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal

Dewan penguji



Made Ary Meitriana, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198004032006042003

(Ketua)



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

(Anggota)



Dr. Luh Indrayani, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198208192009122003

(Anggota)

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

Pada:

Hari : *Jumat*
Tanggal : *26 Juli 2024*

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian.



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



Dr. M. Rudi Irvansyah, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198712112018031662

Mengesahkan

Dean 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 Motivasi Belanja Hedonis dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen *Marketplace* Shopee Pada Generasi Z di Kota Singaraja**" 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,

Yang membuat pernyataan,



Nyoman Devi Apriani
NIM. 2017011002

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya-lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen *Marketplace* Shopee Pada Generasi Z di Kota Singaraja”. 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 terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Bapak Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Bapak Dr. Kadek Rai Suwena, S.Pd., M.Pd., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Akuntansi.
4. Bapak Dr. M. Rudi Irwansyah, S.Pd., M.Pd., selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha serta selaku Pembimbing Pendamping yang telah memberikan bimbingan, arahan petunjuk dan motivasi yang baik dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Drs. I Nyoman Sujana, M.Si., selaku dosen Pembimbing Akademik.
6. Ibu Made Ary Meitriana, S.Pd., M.Pd., selaku Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan, arahan petunjuk dan motivasi yang baik dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Ibu Dr. Luh Indrayani, S.Pd., M.Pd., selaku Penelaah yang telah memberikan saran dan kritikan untuk menyempurnakan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi beserta seluruh staf di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
9. Orangtua tercinta, Bapak I Nyoman Bagiana, Ibu Ni Luh Wiryani, S.Pd, yang selalu memberikan nasihat, motivasi, semangat dan doa tiada henti hingga penulis bisa menyelesaikan studi.
10. Kakakku Ni Putu Riska Sri Hardiyanti, A.Md.Keb dan Ni Made Evarina Ariesta, S.Pd, yang selalu memberikan dukungan, doa, motivasi dan semangat sehingga penulis bisa menyelesaikan studi.
11. Sahabat kesayangan dan seperjuangan dari SMK sampai Kuliah Komang Tria Wahyuni dan Kadek Ayu Nopiani, yang selalu memberikan semangat, motivasi, bantuan saat kesulitan, bercerita suka duka masa skripsian dan selalu sabar dalam memberikan masukan.
12. Teman-teman seperjuangan Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020 yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan dukungan serta motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktunya dalam melakukan penelitian ini.
14. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
15. Dan yang terakhir kepada diri saya sendiri, Nyoman Devi Apriani. Terima kasih sudah berjalan sejauh ini, terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan diri sendiri hingga detik ini, walaupun sering mengeluh namun saya bangga

kepada diri saya sendiri bisa menyelesaikan skripsi ini dengan penuh lika-liku kehidupan yang dijalani.

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.

Singaraja,

Nyoman Devi Apriani



DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
PRAKATA.....	iii
ABSTRAK.....	vi

DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Pembatasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kajian Teori.....	10
2.2 Kajian Hasil Penelitian Yang Relevan.....	26
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	29
2.4 Kerangka Pemikiran.....	31
2.5 Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	36
3.2 Rancangan Penelitian.....	37
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.7 Instrumen Penelitian.....	42
3.8 Uji Instrumen Penelitian.....	43
3.9 Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Deskripsi Data.....	49
4.2 Uji Instrumen Penelitian.....	55
4.3 Pengujian Asumsi Klasik.....	56
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	61

4.5 Koefisien Determinasi (R^2)	62
4.6 Pengujian Hipotesis.....	63
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	66
4.8 Implikasi.....	72
BAB V PENUTUP.....	74
5.1 Rangkuman	74
5.2 Simpulan	75
5.3 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	74



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu	28

Tabel 3.1 Perencanaan Kegiatan	36
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 3.3 Skala Likert 5 Pilihan.....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.4 Kriteria Skor Variabel Penelitian.....	51
Tabel 4.5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	52
Tabel 4.6 Kategorisasi Variabel Motivasi Belanja Hedonis	53
Tabel 4.7 Kategorisasi Variabel Promosi Penjualan.....	53
Tabel 4.8 Kategorisasi Variabel Pembelian Impulsif	54
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas.....	55
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reliabilitas	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	63
Tabel 4.16 Hasil Uji t Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian Impulsif	64
Tabel 4.17 Hasil Uji t Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif	65
Tabel 4.18 Hasil Uji F Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Pengunjung Marketplace di Indonesia Tahun 2023	2
Gambar 1.2 Data Kependudukan Kota Singaraja Tahun 2020	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian	37
Gambar 4.1 Grafik Normal P-P Plot	58
Gambar 4.2 Uji Scatterplot (Uji Heteroskedastisitas)	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 2. Identitas Try out	85
Lampiran 3. Jawaban Try out.....	86
Lampiran 4. Karakteristik Responden.....	89
Lampiran 5. Identitas Responden.....	90
Lampiran 6. Jawaban Responden.....	93
Lampiran 7. Deskripsi Kategori Variabel	103
Lampiran 8. Uji Validitas.....	107
Lampiran 9. Uji Reabilitas	110
Lampiran 10. Uji Normalitas	111
Lampiran 11. Uji Multikolinearitas	112
Lampiran 12. Uji Heteroskedastisitas	112
Lampiran 13. Analisis Regresi Linier Berganda.....	113
Lampiran 14. Koefisien Determinasi (R ²).....	113
Lampiran 15. Uji t.....	114
Lampiran 16. Uji F.....	116
Lampiran 17. Dokumentasi.....	117