

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *FLASH SALE*, DAN
PAYLATER TERHADAP PERILAKU *IMPULSIVE*
BUYING PADA PENGGUNA SHOPEE
(Perspektif Pada Generasi Milenial dan Generasi Z)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen**



**Disusun Oleh :
ANTALITA KIRANA PUTRI
20022000255**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

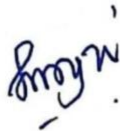
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Antalita Kirana Putri
Nomor Pokok : 20022000255
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Live streaming*, *Flash sale*, dan *Paylater*
Terhadap Perilaku *Impulsive buying* Pada Pengguna Shopee (Perspektif Pada
Generasi Milenial dan Generasi Z)

Malang, 09 Februari 2024

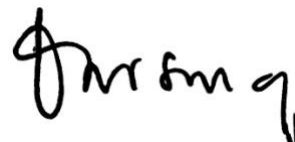
DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi Manajemen



(Irany Windhyastiti, SE., MM)

Dosen Pembimbing



(Dr. M. Nur Singgih, SE., MM)

Dekan



(Prof.Dr. H. Fajar Supanto, SE., M.Si)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *LIVE STREAMING*, *FLASH SALE*, DAN *PAYLATER* TERHADAP
PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* PADA PENGGUNA SHOPEE
(PERSPEKTIF PADA GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

ANTALITA KIRANA PUTRI

2022000255

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 15 Februari 2024

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



Dr. M. Nur Singgih, SE., MM

Sekretaris Penguji



Irany Windhyastiti, SE., MM

Anggota Penguji



Dra. Chodidjah, MM

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 15 Februari 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang



Prof.Dr.H. Fajar Supanto, SE., M.Si

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Antalita Kirana Putri

NIM : 20022000255

Program Studi : Manajemen

Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh *Live Streaming, Flash Sale, dan Paylater* Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* pada pengguna shopee (Perspektif Pada Generasi Milenial dan Generasi Z)

Lokasi yang Diteliti : Pengguna Shopee generasi milenial dan generasi Z di kota malang

Alamat Rumah Asli : Jl I. R Rais II-A No 5 Malang

No. Telp : 085940840873

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas dan bukan melakukan plagiat. Jika saya melakukan plagiat, maka saya bersedia dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 26 Maret 2024

Peneliti,

 
Antalita Kirana Putri

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama	: Antalita Kirana Putri	
Nomor Pokok	: 20022000255	
Universitas	: Universitas Merdeka Malang	
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis	
Program Studi	: Manajemen	
Tempat dan Tgl Lahir	: Malang, 22 Oktober 2000	
Alamat	: Jl I.R. Rais II-A No 5 Kota Malang	
Nama Orang Tua (Ayah)	: Suharto Prabowo (Alm)	
(Ibu)	: Yuliati	
Riwayat Pendidikan	: SDN Bareng 3	(2006 – 2012)
	SMPN 6 Malang	(2012 – 2015)
	SMAN 5 Malang	(2015 – 2018)
	S1 Universitas Merdeka Malang	(2020- 2024)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala berkat dan karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Live streaming*, *Flash sale*, dan *Paylater* terhadap Perilaku *Impulsive buying* Pada Pengguna Shopee (Perspektif Pada Generasi Milenial dan Generasi Z)”. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak terkait. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Dr. Fajar Supanto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Irary Windhyastiti, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
3. Dr. M. Nur Singgih, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, nasehat dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen, beserta segenap civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
5. Orang tua terkasih saya, Suharto Prabowo, ayah saya yang saat ini sudah berbahagia di surga, dan Yulianti, ibu saya yang telah merawat, membesarkan, dan mendidik saya dengan segenap kasih dan cinta, serta kakak saya Yogi Normandy, yang selalu memberikan kasih sayang,

perhatian, dukungan, bantuan, dan nasehat tak henti-henti kepada saya.

Semoga mereka bangga dengan segala proses dan perjuangan saya.

6. Seluruh sahabat saya tercinta, baik sahabat dari SMP, SMA, kuliah, dan sahabat dari gereja yang senantiasa memberikan dukungan, kasih sayang, nasehat, dan doa yang tiada henti bagi saya. Semoga saya dan sahabat-sahabat saya dapat terus bersama dan meraih impian serta melanjutkan masa depan dengan harapan yang akan selalu ada.
7. Seluruh pihak yang berperan secara langsung maupun tidak langsung, yang telah membantu saya hingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik.
8. Saya sendiri. Terimakasih atas segala tekad, kerja keras, dan selalu kuat yang selama ini terus membara. Terima kasih karena diri ini selalu kuat dan tidak menyerah walaupun selalu ada badai masalah dan kesulitan, sehingga saya bisa ada di titik ini dan akan selalu berdiri tegak menggapai cita-cita.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari segala keterbatasan pada penelitian ini yang disebabkan oleh keterbatasan penulis. Oleh karena itu penulis berharap kritik dan saran yang membangun dari seluruh pihak untuk keberlanjutan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Malang, 15 Februari 2024

Penulis,



Antalita Kirana Putri

DAFTAR ISI

JUDUL	I
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	II
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	III
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	IV
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIII
ABSTRAK.....	XIV
ABSTRACT	XV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Perumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kegunaan Penelitian.....	13
BAB II LANDASAN TEORI	2
A. Landasan Teori.....	2
1. <i>E-commerce</i>	2
2. <i>Impulsive buying</i>	16
3. <i>Live streaming</i>	20
4. <i>Flash sale</i>	23
5. <i>Paylater</i>	25
B. Hasil Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Konseptual	31
D. Keterkaitan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	32
1. Pengaruh <i>Live streaming</i> , <i>Flash sale</i> , dan <i>Paylater</i> Terhadap <i>Impulsive buying</i>	32
2. Pengaruh <i>Live streaming</i> Terhadap <i>Impulsive buying</i>	33
3. Pengaruh <i>Flash sale</i> Terhadap <i>Impulsive buying</i>	34
3. Pengaruh <i>Paylater</i> Terhadap <i>Impulsive buying</i>	35

BAB III METODE PENELITIAN	15
A. Definisi Operasional Variabel.....	15
B. Lingkup Penelitian.....	40
C. Lokasi Penelitian.....	40
D. Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	40
E. Sumber Data dan Jenis Data	42
F. Teknik Pengumpulan Data	42
G. Teknik Analisis Data.....	43
1. Uji Instrumen.....	43
a. Uji Validitas	43
b. Uji Reliabilitas.....	44
2. Uji Asumsi Klasik	45
a. Uji Normalitas	45
b. Uji Multikolinieritas	46
c. Uji Heteroskedastisitas.....	46
3. Analisis Regresi Linier Berganda	47
4. Uji Hipotesis	48
a. Uji Koefisien Determinasi.....	48
b. Uji Simultan (Uji F)	48
c. Uji Parsial (Uji T)	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	38
A. Hasil Penelitian	38
1. Profil Perusahaan Shopee	38
2. Generasi Milenial	58
3. Generasi Z	60
4. <i>Live streaming</i> Shopee (Shopee Live)	62
5. Shopee <i>Flash sale</i>	65
6. Shopee <i>Paylater</i>	69
7. Identifikasi Responden Penelitian	73
8. Analisis Deskriptif Variabel	76
9. Uji Instrumen Penelitian.....	118
1. Uji Validitas	118
2. Uji Reliabilitas	121

10. Uji Asumsi Klasik	122
1. Uji Normalitas.....	122
2) Uji Multikolinearitas	123
3) Uji Heterokedastisitas	125
11. Analisis Regresi Linier Berganda.....	126
12. Uji Hipotesis	128
1) Uji F (Simultan)	128
2) Uji T (Parsial)	129
3) Uji Koefisien Determinasi	132
4) Uji Dominan	133
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	134
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran	148
DAFTAR PUSTAKA	146
LAMPIRAN	158

DAFTAR TABEL

Table 1. Hasil Penelitian Terdahulu.....	27
Table 2. Definisi Operasional Variabel	15
Table 3. Skala Likert.....	43
Table 4. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Table 5. Responden Berdasarkan Usia	74
Table 6. Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
Table 7. Responden berdasarkan jumlah pendapatan.....	75
Table 8. Deskripsi Responden Pengguna Shopee.....	76
Table 9. Deskripsi Variabel Live streaming.....	76
Table 10. Deskripsi Variabel Live streaming pada Generasi Milenial	80
Table 11. Deskripsi Variabel Live streaming pada Generasi Z.....	83
Table 12. Deskripsi Variabel Flash sale	87
Table 13. Deskripsi Variabel Flash sale Pada Generasi Milenial	90
Table 14. Deskripsi Variabel Flash sale Pada Generasi Z	93
Table 15. Deskripsi Variabel Paylater	97
Table 16. Deskripsi Variabel Paylater Pada Generasi Milenial	100
Table 17. Deskripsi Variabel Paylater Pada Generasi Z	103
Table 18. Deskripsi Variabel Impulsive buying	106
Table 19. Deskripsi Variabel Impulsive buying Generasi Milenial	110
Table 20. Deskripsi Variabel Impulsive buying Generasi Z	114
Table 21. Uji Validitas Variabel Live streaming (X1)	119
Table 22. Uji Validitas Variabel Flash sale (X2)	119
Table 23. Uji Validitas Variabel Paylater (X3)	120
Table 24. Uji Validitas Variabel Impulsive buying (Y)	121
Table 25. Hasil Uji Reliabilitas Cronbach Alpha Semua Variabel.....	122
Table 26. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	123
Table 27. Hasil Uji Multikolinearitas	124
Table 28. Hasil Uji Heterokedastisitas	126
Table 29. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	127
Table 30. Hasil Analisis Uji F.....	129
Table 31. Hasil Analisis Uji T.....	130
Table 32. Uji Koefisien Determinasi	132
Table 33. Hasil Uji Dominan.....	133

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Rata-rata Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-commerce Terbesar di Indonesia (Kuartal I-Kuartal II 2023).....	2
Gambar 2. Platform Live Shopping dengan Penawaran Paling Menarik	4
Gambar 3. Tren Belanja Online Masyarakat Indonesia	9
Gambar 4. Kerangka Konseptual	31
Gambar 5 Beranda Shopee	53
Gambar 6 Logo Shopee.....	54
Gambar 7 Halaman Beranda Shopee Live	62
Gambar 8 Tampilan Salah Satu Live streaming Produk di Shopee Live	63
Gambar 9 Tampilan Utama Shopee Flash sale.....	66
Gambar 10. Produk yang sedang flash sale	68
Gambar 11. Tampilan Utama Shopee Paylater	70
Gambar 12. Contoh Rincian Tagihan Shopee Paylater	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	158
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner.....	164
Lampiran 3. Data Hasil Output SPSS (Deskripsi Responden)	180
Lampiran 4. Data Hasil Output SPSS (Deskripsi Variabel)	182
Lampiran 5. Data Hasil Output SPSS (Uji Instrumen Penelitian)	188
Lampiran 6. Data Hasil Output SPSS (Teknik Analisis Data).....	193
Lampiran 7. Data Hasil Output SPSS (Uji Hipotesis).....	195
Lampiran 8. Berita Acara Bimbingan Skripsi	197
Lampiran 9. Berita Acara Perbaikan Skripsi	198
Lampiran 10. Surat Keterangan Pemeriksaan Kemiripan	199
Lampiran 11. Hasil Cek Similarity Ithenticate	200

ABSTRAK

Kemudahan aktivitas berbelanja melalui *e-commerce* telah memberikan dampak perilaku yang konsumtif bagi konsumen atau yang disebut perilaku *impulsive buying*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh adanya *live streaming*, *flash sale*, dan *paylater* terhadap perilaku *impulsive buying* pada pengguna Shopee dengan perspektif dari generasi milenial dan Z. Perolehan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner kepada 100 orang responden dengan teknik random sampling. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan jenis data kuantitatif, dan sumber data yang digunakan adalah data primer. Metode analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan uji T dan uji F serta uji koefisien determinasi. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* secara parsial dan simultan. *Flash sale* secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*. *Paylater* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap *impulsive buying*. *Live streaming* merupakan variabel bebas yang paling dominan berpengaruh terhadap perilaku *impulsive buying* pada pengguna Shopee generasi milenial dan generasi Z.

Kata Kunci : *Live streaming*, *Flash sale*, *Paylater*, *Impulsive buying*, Shopee, Generasi Milenial, Generasi Z

ABSTRACT

The ease of shopping activities through e-commerce has resulted in consumptive behavior for consumers or what is called impulsive buying behavior. This study aims to analyze the effect of live streaming, flash sales, and paylater on impulsive buying behavior in Shopee users with the perception of millennials and Z generations. Data acquisition was carried out through distributing questionnaires to 100 respondents with random sampling techniques. This research method uses quantitative methods using quantitative data types, and the data source used is primary data. The analysis method used is descriptive statistics and the T test and F test and the coefficient of determination test. The results showed that live streaming has a positive and significant effect on impulsive buying partially and simultaneously. Flash sale partially and simultaneously has a positive and significant effect on impulsive buying behavior. Paylater has a partial and simultaneous effect on impulsive buying. Live streaming is the independent variable that has the most dominant effect on impulsive buying behavior in millennial generation and generation Z Shopee users.

Keywords: Live streaming, Flash sale, Paylater, Impulsive buying, Shopee, Millennial Generation, Generation Z