

**PENGARUH *PAYLATER* DAN *FLASHSALE*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PENGGUNA
SHOPEE UNIVERSITAS MERDEKA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi : Manajemen



Disusun Oleh :

Ardana Duwira Ratri Kusuma

20022000051

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ardana Duwira Ratri Kusuma
Nomor Pokok : 20022000051
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Paylater* dan *Flash Sale* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Shopee Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang

Malang, 26 Januari 2024

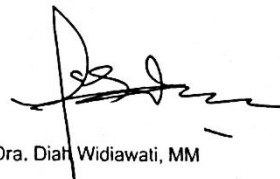
DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi Manajemen



Irany Windhyastiti, SE., MM

Dosen Pembimbing



Dra. Diah Widiawati, MM



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH PAYLATER DAN FLASHSALE TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PENGGUNA
SHOPEE UNIVERSITAS MERDEKA MALANG**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Ardana Duwira Ratri Kusuma

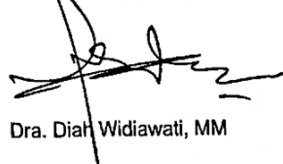
20022000051

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 02 Februari 2024

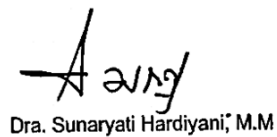
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



Dra. Diah Widiawati, MM

Sekretaris Penguji



Dra. Sunaryati Hardiyani, M.M

Anggota Penguji



Prof. Lili Kustiani, S.S., M.M

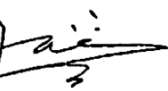
Skrripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Dan Bisnis

Malang, 02 Februari 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Universitas Merdeka Malang



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

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Ardana Duwira Ratri Kusuma

Nomor Pokok : 20022000051

Program Studi : Manajemen

Bidang Kajian Skripsi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh *Paylater* Dan *Flash Sale* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Pengguna Shopee Universitas Merdeka Malang

Lokasi/Tempat yang diteliti : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang

Alamat Rumah Asal : Dusun Lemah Putih Desa Sumberbrantas
Kec.Bumiaji Kota Batu

No. Telp/HP : 081232288640

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut di atas adalah benar-benar karya saya dan tidak melakukan plagiasi. Jika saya melakukan plagiasi maka saya bersedia untuk dicabut gelar akademik saya .

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 02 Januari 2024



Ardana Duwira Ratri Kusuma

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Ardana Duwira Ratri Kusuma

Nomor Pokok : 20022000051

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tempat dan Tgl. Lahir : Batu, Malang, 09 November 2001

Alamat : Dusun Lemah Putih Ds. Sumberbrantas
Kec.Bumiaji Kota Batu

Nama Orang Tua (Ayah) : Suyanto

(Ibu) : Nurul Khotimah

Riwayat Pendidikan :

1. Lulusan SDN Tulungrejo 03 Tahun 2008 - 2014
2. Lulusan SMPN 05 Batu Tahun 2014 – 2017
3. Lulusan MAN Kota Batu Tahun 2017 – 2020
4. Lulusan Universitas Merdeka Malang 2020 – 2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa menuntun dan memberi kekuatan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“PENGARUH *PAYLATER* DAN *FLASH SALE* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PENGGUNA SHOPEE UNIVERSITAS MERDEKA MALANG”**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) dan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

Dengan penuh kesadaran penulis menyadari bahwa tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak penulisan skripsi ini tidak akan berjalan semestinya. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang tidak terhingga kepada orang-orang yang telah berperan sehingga terselesaikannya skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis ucapkan kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena penulis selalu diberikan kesehatan dan tanpa izin-Nya penulis tidak bisa melaksanakan semua kegiatan dengan baik dan lancar.
2. Prof.Dr.H. Fajar Supanto. SE.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
3. Ibu Irany Windyastiti, SE.,MM selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
4. Ibu Dra. Diah Widiawati. MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan juga motivasi, mendukung serta membimbing penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.

5. Kepada ibu tercinta Alm. Ibu Nurul Khotimah orang hebat yang senantiasa menjadi sandaran terkuat dan penyemangat saya, yang selama hidupnya senantiasa memberikan doa, mendidik, mendukung dan memberikan kasih sayang yang luar biasa. Karya tulis sederhana ini saya persembahkan untuk anda sebagai perwujudan terakhir. Terima kasih sudah mengantarkan saya ditempat ini, walaupun akhirnya saya harus berjalan tertatih sendiri tanpa anda temani lagi. Terima kasih selalu berjuang untuk kehidupan saya.
6. Kepada Ayahanda Suyanto, Ibu Sumiasih, Ibu Warsi dan Amalia Wahidatul serta seluruh keluarga besar yang tidak pernah lelah dalam memberikan doa dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
7. Kepada Seluruh Teman-teman khususnya Anak Buah Gus Burhan yang selalu memberi support baik tenaga, waktu, dan motivasi kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna oleh karena itu saran dan kritikan dari pembaca sangat penulis harapkan demi tercapainya kesempurnaan skripsi ini dan semoga skripsi ini bermanfaat sebagai penambahan bekal ilmu pengetahuan bagi pihak-pihak yang membacanya.

Malang, 02 Januari 2024

Ardana Duwira Ratri Kusuma

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kegunaan Penelitian	5
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	6
<i>Paylater</i>	6
<i>Flash Sale</i>	10
Perilaku Konsumtif	13
Teori Stimulus-Respons	17
Hasil Penelitian Terdahulu.....	18
Kerangka Pikir.....	21
B. Pengembangan Hipotesis	22
1. Pengaruh Variabel Independen secara Simultan terhadap Variabel Dependen	23
2. Pengaruh Variabel Independen secara Parsial terhadap Variabel Dependen	23
3. Pengaruh Variabel Independen berpengaruh paling Dominan terhadap Variabel Dependen	23

BAB III	: METODE PENELITIAN	
	A. Definisi Operasional Variabel	24
	C. Lingkup Penelitian	25
	D. Lokasi Penelitian	25
	E. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	25
	F. Jenis Data dan Sumber Data.....	27
	G. Teknik Pengumpulan Data.....	27
	H. Teknik Analisis Data.....	28
BAB IV	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
	A. Hasil Penelitian.....	34
	1. Hasil Analisis Data.....	34
	2. Analisis Hasil Penelitian.....	37
	a. Uji Instrumen.....	37
	b. Uji Asumsi Klasik.....	39
	c. Deskripsi Variabel.....	41
	d. Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
	e. Uji Hipotesis.....	59
	f. Uji Paling Dominan.....	61
	g. Koefisien Determinasi.....	62
	B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
	1. Pengaruh Variabel Independen secara Simultan terhadap Variabel Dependen.....	63
	2. Pengaruh Variabel Independen secara Parsial terhadap Variabel Dependen.....	63
	3. Pengaruh Variabel Independen berpengaruh paling Dominan terhadap Variabel Dependen.....	64
BAB V	: KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	66
	B. Saran	67
	C. Keterbatasan Penelitian	67
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN		74

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2 Definisi Operasional Variabel.....	24
Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan program studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang	34
Tabel 4 Karakteristik responden berdasarkan Angkatan.....	35
Tabel 5 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	35
Tabel 6 Karakteristik responden berdasarkan uang saku per bulan	36
Tabel 7 Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran per bulan	37
Tabel 8 Hasil Uji Validitas	38
Tabel 9 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 10 Hasil Uji Normalitas	39
Tabel 11 Hasil uji multikolinearitas.....	40
Tabel 12 hasil uji heteroskedastisitas melalui uji glejser	41
Tabel 13 Hasil Penilaian Variabel Paylater (X1)	41
Tabel 14 Hasil Penilaian Variabel Flash Sale (X2).....	45
Tabel 15 Hasil Penilaian Variabel Perilaku Konsumtif (Y).....	50
Tabel 16 Hasil uji regresi linear berganda	58
Tabel 17 Hasil uji F (Simultan)	59
Tabel 18 Hasil uji t (Parsial)	60
Tabel 19 Hasil Uji paling Dominan	61
Tabel 20 Hasil uji koefisien determinasi	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	74
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	79
Lampiran 3 Pengujian Alat ukur	87
Lampiran 4 Berita Acara Bimbingan.....	99
Lampiran 5 Berita Perbaikan Skripsi.....	100
Lampiran 6 Hasil Cek Plagiasi	101

ABSTRAK

Perkembangan digital menyebabkan kemunculan *e-commerce* salah satunya adalah Shopee. Shopee memiliki alat promosi berupa *paylater* dan *flash sale* yang mendorong perilaku konsumtif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh *paylater* dan *flash sale* baik secara simultan maupun parsial terhadap perilaku konsumtif. *Paylater* dan *flash sale* merupakan variabel bebas sedangkan perilaku konsumtif merupakan variabel terikat pada penelitian ini. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling. Data diperoleh melalui kuesioner melalui google form pada 96 responden. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, *flash sale* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kemudian *paylater* dan *flash sale* berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif.

Kata Kunci : *paylater*, *flash sale*, perilaku konsumtif

ABSTRACT

Digital developments have caused the emergence of e-commerce, one of which is Shopee. Shopee has promotional tools in the form of paylaters and flash sales that encourage consumer behavior. The purpose of this research is to determine the influence of pay later and flash sales, both simultaneously and partially, on consumer behavior. Paylater and flash sales are independent variables while consumer behavior is the dependent variable in this research. This research is quantitative research with a sampling technique using random sampling. Data was obtained through a questionnaire via Google Form on 96 respondents. The results of this research state that paylater has a significant effect on consumptive behavior, flash sales have a significant effect on consumptive behavior. Then paylater and flash sales have a simultaneous effect on consumer behavior .

Keywords : paylater, flash sale, consumtive behavior