



**PENGARUH *ANCHOR CHARACTERISTIC* DAN *PROMOTION TIME*
LIMIT TERHADAP *IMPULSIVE BUYING BEHAVIOUR* PADA PRODUK
MOISTURIZER THE ORIGINOTE MELALUI *PERCEIVED VALUE*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA KONSUMEN SHOPEE *LIVE STREAMING*)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh

ANDISTI PUSPANISA PRIMAHUTAMI

202011476

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2024



**PENGARUH *ANCHOR CHARACTERISTIC* DAN *PROMOTION TIME*
LIMIT TERHADAP *IMPULSIVE BUYING BEHAVIOUR* PADA PRODUK
MOISTURIZER THE ORIGINOTE MELALUI *PERCEIVED VALUE*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA KONSUMEN SHOPEE *LIVE STREAMING*)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

ANDISTI PUSPANISA PRIMAHUTAMI

202011476

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2024

**PENGARUH *ANCHOR CHARACTERISTIC* DAN *PROMOTION TIME LIMIT* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING BEHAVIOUR* PADA PRODUK *MOISTURIZER THE ORIGINOTE* MELALUI *PERCEIVED VALUE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA KONSUMEN SHOPEE *LIVE STREAMING*)**

Nama : Andisti Puspanisa Primahutami
NIM : 202011476
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,2024

Pembimbing I

(Dina Lusianti, S.E., M.M., AAK)

NIDN. 0630098401

Pembimbing II

(Dian Wismar'ein, S.E., M.M)

NIDN. 0612127702

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

**PENGARUH *ANCHOR CHARACTERISTIC* DAN *PROMOTION TIME LIMIT* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING BEHAVIOUR* PADA PRODUK
MOISTURIZER THE ORIGINOTE MELALUI *PERCEIVED VALUE*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA KONSUMEN SHOPEE *LIVE STREAMING*)**

Nama : Andisti Puspanisa Primahutami
NIM : 202011476
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I


(Dina Lusianti, S.E., M.M., AAK)
NIDN. 0630098401

Mengetahui,


(Kertana Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II


(Dian Wismaradin, S.E., M.M)
NIDN. 0612127702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

حسبنا الله ونعم الوكيل

Cukuplah Allah menjadi penolong bagi kami dan Dia sebaik-baiknya pelindung.

(Q.S Ali 'Imran: 173)

“If this moment is our wave. Don't be afraid, face it with more strength, because we're hotter than anyone else under the sun.”

Wave by ATEEZ

PERSEMBAHAN :

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Budiarto dan Ibu Diah Wresti Maharani yang senantiasa memberikan cinta dan kasih, mendoakan, mendukung, menguatkan, memberi semangat, dan memberikan pengorbanan besar untuk masa depan saya.
2. Adik tercinta yaitu Arzhalea Prastistya Putrihutami yang selalu memberikan semangat dan senantiasa menjadi pendengar yang baik.
3. Ibu Dosen Pembimbing yaitu Ibu Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K dan Ibu Dian Wismar'ein S.E., M.M, saya ucapkan rasa terima kasih atas segala bimbingan, bantuan, perhatian, serta arahan selama masa pengerjaan skripsi ini.
4. Untuk diri saya sendiri yang telah berusaha semaksimal mungkin untuk dapat menggapai cita-cita dan tetap berjuang untuk hidup yang lebih baik.
5. Sahabat-sahabat saya yaitu Shintania Camila Putri dan Belinda Lia Savera yang telah bersama dan menemani masa kuliah dalam segala kondisi senang dan sedih.
6. Almamater Universitas Muria Kudus yang telah memberikan saya kesempatan untuk dapat menimba ilmu dalam mengejar gelar S1.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Anchor Characteristic* dan *Promotion Time Limit* terhadap *Impulsive Buying Behaviour* pada Produk *Moisturizer The Originote* melalui *Perceived Value* sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen *Shopee Live Streaming*)”**. Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat akademik guna memperoleh gelas Sarjana (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus. Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini tak terlepas dari bantuan, arahan, bimbingan, dan dukukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Ibu Kertati Sumekar, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus.
4. Ibu Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K, selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta senantiasa memotivasi penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dian Wismar'ain S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh jajaran dosen dan staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus atas segala bantuan, pelayanan, dan kerjasamanya selama masa perkuliahan berlangsung hingga saat ini.
7. Bapak Budiarto dan Ibu Diah Wresti Maharani selaku orang tua dan juga keluarga yang telah memberikan cinta dan kasih, mendoakan, mendukung, menguatkan, memberi semangat, dan memberikan pengorbanan besar untuk masa depan saya.

8. Sahabat-sahabat saya baik yang berada di lingkungan Universitas Muria Kudus dan di luar almamater yang telah menemani dan memberikan dukungan di kala sedih maupun senang.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dan besar harapan agar skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat bagi penulis sendiri maupun bagi pembaca pada umumnya. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh sebab itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak untuk penyempurnaan dalam penyusunan skripsi ini.

Kudus, 2024
Penulis

Andisti Puspanisa Primahutami

NIM. 202011476

**PENGARUH *ANCHOR CHARACTERISTIC* DAN *PROMOTION TIME LIMIT* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING BEHAVIOUR* PADA PRODUK *MOISTURIZER THE ORIGINOTE* MELALUI *PERCEIVED VALUE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA KONSUMEN SHOPEE *LIVE STREAMING*)**

ANDISTI PUSPANISA PRIMAHUTAMI
202011476

Pembimbing : 1. Dina Lusianti, S.E., M.M., AAK
2. Dian Wismar'ain, S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh *anchor characteristic* dan *promotion time limit* terhadap *impulsive buying behaviour* pada produk *moisturizer The Originote* melalui *perceived value* sebagai variabel intervening (studi pada konsumen *live streaming* Shopee). Sampel penelitian sebanyak 150 konsumen dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data menggunakan *SEM-AMOS* dengan pengambilan sampel menggunakan kuesioner *online* melalui *google form*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *anchor characteristic* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying behaviour*, *promotion time limit* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *impulsive buying behaviour*, *anchor characteristic* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value*, *promotion time limit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value*, dan *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying behaviour*.

Kata Kunci: *anchor characteristic, promotion time limit, perceived value, impulsive buying behaviour.*

***THE INFLUENCE OF ANCHOR CHARACTERISTIC AND PROMOTION
TIME LIMIT ON IMPULSIVE BUYING BEHAVIOUR IN THE ORIGINOTE
MOISTURIZER PRODUCT THROUGH PERCEIVED VALUE AS AN
INTERVENING VARIABLE
(STUDY ON SHOPEE LIVE STREAMING CONSUMERS)***

ANDISTI PUSPANISA PRIMA HUTAMI

202011476

Lecturers : 1. Dina Lusianti, S.E., M.M., AAK
2. Dian Wismar'ain, S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS**

ABSTRACTION

The study aims to examine the influence of anchor characteristics and promotion time limits on impulsive buying behavior in The Originote moisturizer products through perceived value as an intervening variable (study on Shopee live streaming consumers). The research sample was 150 consumers using purposive sampling technique. Data analysis used SEM-AMOS with sampling using an online questionnaire via Google Form. The results of the research show that anchor characteristics have a positive and significant effect on impulsive buying behavior, promotion time limit has a negative and insignificant effect on impulsive buying behavior, anchor characteristics have a positive and significant effect on perceived value, promotion time limit have a positive and significant effect on perceived value, and perceived value has a positive and significant effect on impulsive buying behavior.

Keywords: anchor characteristic, promotion time limit, perceived value, impulsive buying behaviour.

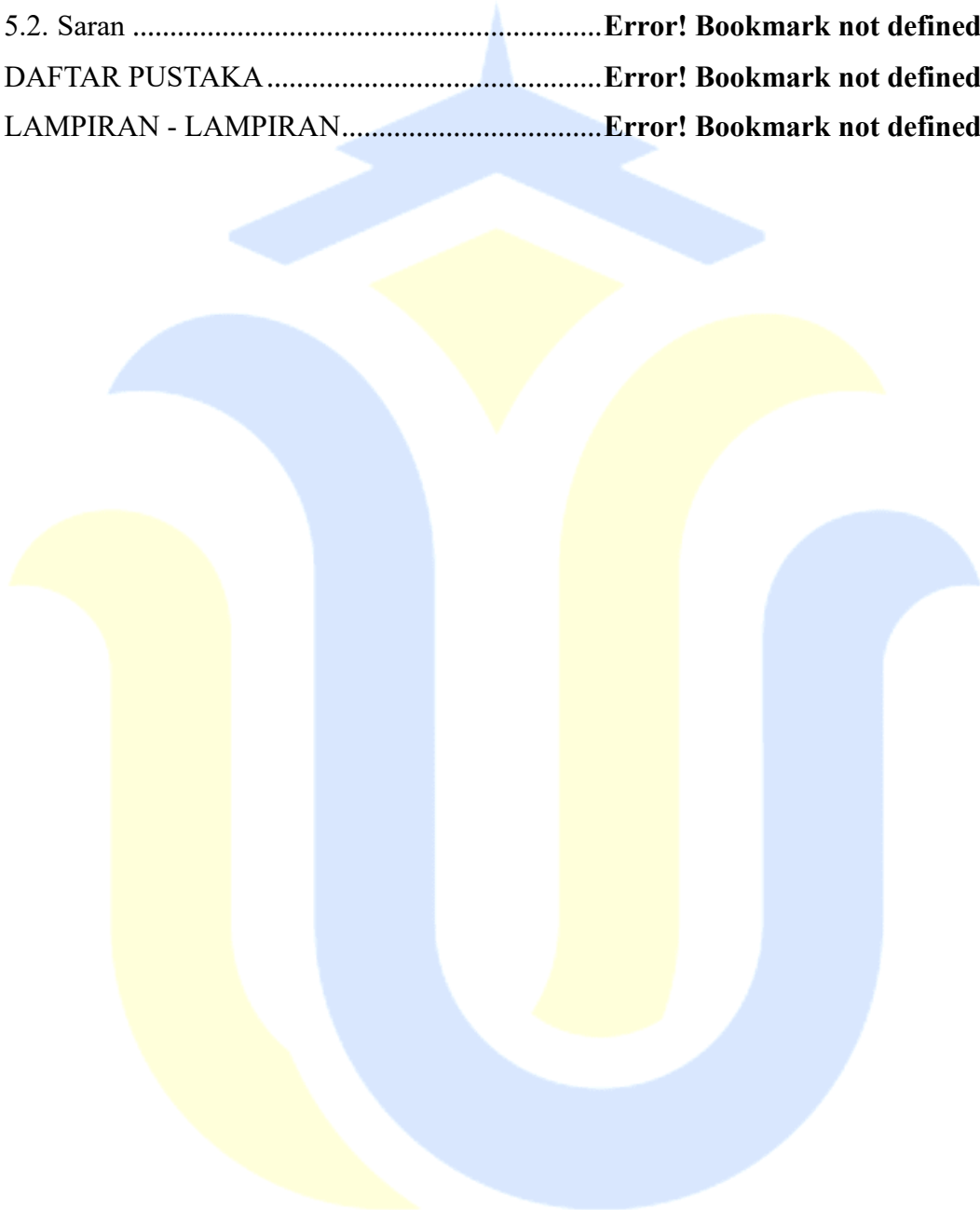
DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2. Ruang Lingkup.....	Error! Bookmark not defined.
1.3. Perumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.4. Tujuan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.5. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
2.1. Perilaku Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.1.2. Faktor-Faktor Perilaku Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.2. <i>Impulsive Buying Behaviour</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.1. Pengertian <i>Impulsive Buying Behaviour</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.2. Jenis-Jenis <i>Impulsive Buying Behaviour</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.3. Faktor-Faktor <i>Impulsive Buying Behaviour</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.4. Indikator <i>Impulsive Buying Behaviour</i>	Error! Bookmark not defined.
2.3. <i>Perceived Value</i>	Error! Bookmark not defined.
2.3.1. Pengertian <i>Perceived Value</i>	Error! Bookmark not defined.
2.3.2. Faktor-Faktor <i>Perceived Value</i>	Error! Bookmark not defined.
2.3.3. Indikator <i>Perceived Value</i>	Error! Bookmark not defined.

2.4. <i>Anchor Characteristic</i>	Error! Bookmark not defined.
2.4.1. <i>Pengertian Anchor Characteristic</i>	Error! Bookmark not defined.
2.4.2. <i>Indikator Anchor Characteristic</i>	Error! Bookmark not defined.
2.5. <i>Promotion Time Limit</i>	Error! Bookmark not defined.
2.5.1. <i>Pengertian Promotion Time Limit</i>	Error! Bookmark not defined.
2.5.2. <i>Indikator Promotion Time Limit</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6. <i>Pengaruh Antar Variabel</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6.1. <i>Anchor characteristic terhadap Impulsive Buying Behaviour</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6.2. <i>Promotion Time Limit terhadap Impulsive Buying Behaviour</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6.3. <i>Anchor Characteristic terhadap Perceived Value</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6.4. <i>Promotion Time Limit terhadap Perceived Value</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6.5. <i>Perceived Value terhadap Impulsive Buying Behaviour</i>	Error! Bookmark not defined.
2.7. <i>Tinjauan Penelitian Terdahulu</i>	Error! Bookmark not defined.
2.8. <i>Kerangka Pemikiran Teoritis</i>	Error! Bookmark not defined.
2.9. <i>Hipotesis</i>	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
3.1. <i>Rancangan Penelitian</i>	Error! Bookmark not defined.
3.2. <i>Variabel Penelitian dan Definisi Operasional</i>	Error! Bookmark not defined.
3.3. <i>Jenis dan Sumber Data</i>	Error! Bookmark not defined.
3.4. <i>Populasi dan Sampel</i>	Error! Bookmark not defined.
3.5. <i>Pengumpulan Data</i>	Error! Bookmark not defined.
3.6. <i>Uji Instrumen Penelitian</i>	Error! Bookmark not defined.
3.7. <i>Pengolahan Data</i>	Error! Bookmark not defined.
3.8. <i>Analisis Data</i>	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
4.1. <i>Gambaran Umum Objek Penelitian</i>	Error! Bookmark not defined.

4.1.1. Gambaran Umum The Originote.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2. Produk <i>Moisturizer</i> The Originote	Error! Bookmark not defined.
4.2. Deskripsi Responden	Error! Bookmark not defined.
4.3. Hasil Tanggapan Responden pada Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.4. Uji Instrumen	Error! Bookmark not defined.
4.4.1. Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.3. Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
4.4.4. Uji Outlier	Error! Bookmark not defined.
4.4.5. Analisis <i>Full model</i>	Error! Bookmark not defined.
4.5. Asumsi SEM	Error! Bookmark not defined.
4.5.1. Persamaan Struktural.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.2. Koefisien Determinasi.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.3. Pengujian Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.4. Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	Error! Bookmark not defined.
4.6. Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.6.1. <i>Anchor Characteristic</i> terhadap <i>Impulsive Buying Behaviour</i>	Error! Bookmark not defined.
4.6.2. <i>Promotion Time Limit</i> terhadap <i>Impulsive Buying Behaviour</i>	Error! Bookmark not defined.
4.6.3. <i>Anchor Characteristic</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	Error! Bookmark not defined.
4.6.4. <i>Promotion Time Limit</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	Error! Bookmark not defined.
4.6.5. <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Impulsive Buying Behaviour</i>	Error! Bookmark not defined.
4.6.6. <i>Anchor Characteristic</i> terhadap <i>Impulsive Buying Behaviour</i> melalui <i>Perceived Value</i> sebagai variabel intervening.....	Error! Bookmark not defined.

4.6.7. <i>Promotion Time Limit</i> terhadap <i>Impulsive Buying Behaviour</i> melalui <i>Perceived Value</i> sebagai variabel intervening.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V.....	Error! Bookmark not defined.
5.1. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

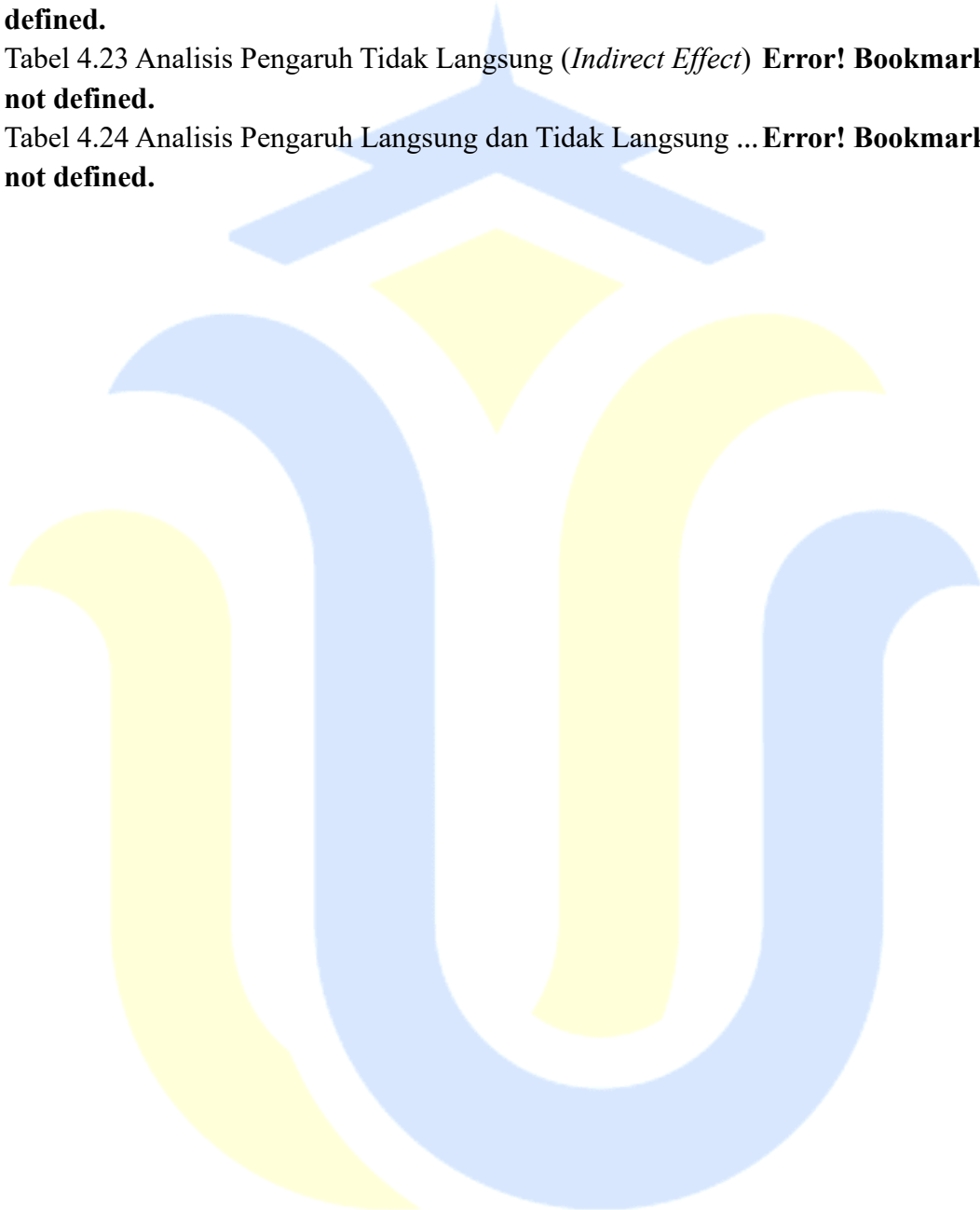


DAFTAR TABEL

Hal.

Tabel 1.1 Peringkat <i>Top Brand Index</i> Subkategori Pelembab Wajah.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1.2 Fluktuasi Jumlah Penonton <i>Live Streaming</i> Shopee The Originote	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1.3 Komentar pada <i>Live Streaming</i> Terkait Waktu Promosi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.1 Uji <i>Goodness of Fit</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.2 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Usia ..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.3 Pengelompokkan Berdasarkan Pekerjaan/Profesi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.4 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.5 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Anchor Characteristic</i> ...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Promotion Time Limit</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Impulsive Buying Behaviour</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.10 Uji Model <i>Goodness of Fit Full Measurement</i> Tahap 1	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas <i>Convergent Validity</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.12 Uji Model <i>Goodness of Fit Full Measurement</i> Tahap 2	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas <i>Convergent Validity</i> Setelah Perbaikan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas AVE	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas <i>Discriminant Validity</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.17 Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.

Tabel 4.18 <i>Mahalanobis d-square</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.19 <i>Regression Weight</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.20 <i>Square Multiple Correlation</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.22 Analisis Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.23 Analisis Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.24 Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung ...	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR GAMBAR

Hal.

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia pada 2023 **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.1 Logo The Originote**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.2 Produk *Moisturizer* The Originote**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.3 Analisis Konfirmatori *Full Measurement* Tahap 1..**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.4 Analisis Konfirmatori *Full Measurement* Tahap 2..**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.5 Analisis *Structural Equation Modelling* (SEM)**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR LAMPIRAN

Hal.

Lampiran 1 Data Sekunder	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2 Kuesioner Google Form	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4 Data Hasil Kuesioner.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5 Frekuensi Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 6 Hasil Uji AMOS	Error! Bookmark not defined.