



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM), DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF DI SHOPEE**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

MICHELLE PINKAN ADRIENNE PITOY
202011528

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2024**



PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM), DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF DI SHOPEE

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

Oleh :

MICHELLE PINKAN ADRIENNE PITOY
202011528

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(E-WOM), DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF DI SHOPEE**

Nama : Michelle Pinkan Adrienne Pitoy
NIM : 202011528
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

Pembimbing II



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)

NIDN. 0628048702



(Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M)

NIDN. 0615079303

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN. 0024037701

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(E-WOM), DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF DI SHOPEE**

Nama : Michelle Pinkan Adrienne Pitoy
NIM : 202011528
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


(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)
NIDN. 0628048702

Mengetahui,
Dekan



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II


(Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M)
NIDN. 0615079303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang.

(Amsal 23:18)

Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku.

(Filipi 4:13)

Sebab itu janganlah kamu kuatir akan hari besok, karena hari besok mempunyai kesusahannya sendiri. Kesusahan sehari cukuplah untuk sehari.

(Matius 6:34)

You should be proud of yourself for how you have faced the recent period, from the silent battles you fought, to the moments when you fell but still chose to rise again and look forward. You are a warrior. So do yourself a favor, celebrate your strength.

(Sofia J.Ross)

PERSEMBAHAN

1. Tuhan Yesus yang selalu menyertai dan memberkatiku didalam setiap proses pengerjaan skripsi ini, semua karena kemurahan dan kebaikan Tuhan.
2. Orang tua dan keluarga terkasih yang sudah memberikan dukungan dan doa.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Tuhan Yesus Kristus, oleh karena anugerah-Nya yang besar, kebaikan dan kemurahan yang diberikan sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik yang berjudul **“Pengaruh Promosi Penjualan, *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom), dan Persepsi Harga Terhadap Pembelian Impulsif Di Shopee”**. Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan program Sarjana (S1) di Universitas Muria Kudus.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena adanya segala keterbatasan yang ada. Penulis memahami tanpa bantuan, doa, dan bimbingan dari semua orang akan sangat sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya atas dukungan dan kontribusi kepada :

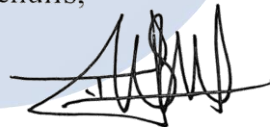
1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Para dosen dan staf pengajar di lingkungan Universitas Muria Kudus yang membekali berbagai pengetahuan, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Mama dan Papa Terkasih, Keluarga Besar Opa dan Oma, Adik-adik ku Mosha dan Alycia yang telah memberikan doa, kasih sayang dan dukungan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Pasangan terkasih Stephen Michael.K serta Mami, Papi, Cece, Dedek yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat kepada penulis.
9. Teman-teman seperjuangan selama kuliah Hapsari dan Vania, Teman-teman KKN Septi dan Anggi, dan Sahabat sekolah yang telah membantu memberikan semangat kepada penulis.

Semoga Tuhan YME senantiasa melimpahkan rahmat-Nya selalu. Akhir kata, Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya. Amin.

Kudus, 16 Februari 2024

Penulis,



MICHELLE PINKAN A.P

NIM 202011528

Pengaruh Promosi Penjualan, *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom), dan Persepsi Harga Terhadap Pembelian Impulsif Di Shopee

Michelle Pinkan A.P

NIM 202011528

Pembimbing : 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.
2. Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M.

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

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh promosi penjualan, *electronic word of mouth* (e-wom), dan persepsi harga terhadap pembelian impulsif di Shopee. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel adalah konsumen yang telah melakukan pembelian di Shopee yang berjumlah 100 responden dan pengambilan sampel menggunakan viieknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuisisioner melalui *google form*. Teknik analisis data menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif di Shopee, *electronic word of mouth* (e-wom) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif di Shopee, persepsi harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pembelian impulsif, serta promosi penjualan, *electronic word of mouth* (e-wom), dan persepsi harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif di Shopee.

Kata kunci : Promosi Penjualan, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), Persepsi Harga, Pembelian Impulsif

Pengaruh Promosi Penjualan, *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom), dan Persepsi Harga Terhadap Pembelian Impulsif Di Shopee

Michelle Pinkan A.P

NIM 202011528

Pembimbing : 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.
2. Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M.

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

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of sales promotion, electronic word of mouth (e-wom), price perception to impulsive buying in Shopee. The approach used in this research is a quantitative approach. The sample is consumers who have made purchases on Shopee, amounting to 100 respondents and the sample was taken using a purposive sampling technique. Variable data collection techniques using the questionnaire method with google form. Data analysis techniques using SPSS version 26. The results of the study show that sales promotion have a positive and significant effect on impulsive buying in Shopee, electronic word of mouth (e-wom) have a positive and significant effect on impulsive buying in Shopee, price perception have a negative and no significant effect on impulsive buying in Shopee, and Sales promotion, Electronic Word of Mouth (E-WOM), and price perception have a positive and significant effect on impulsive buying on Shopee

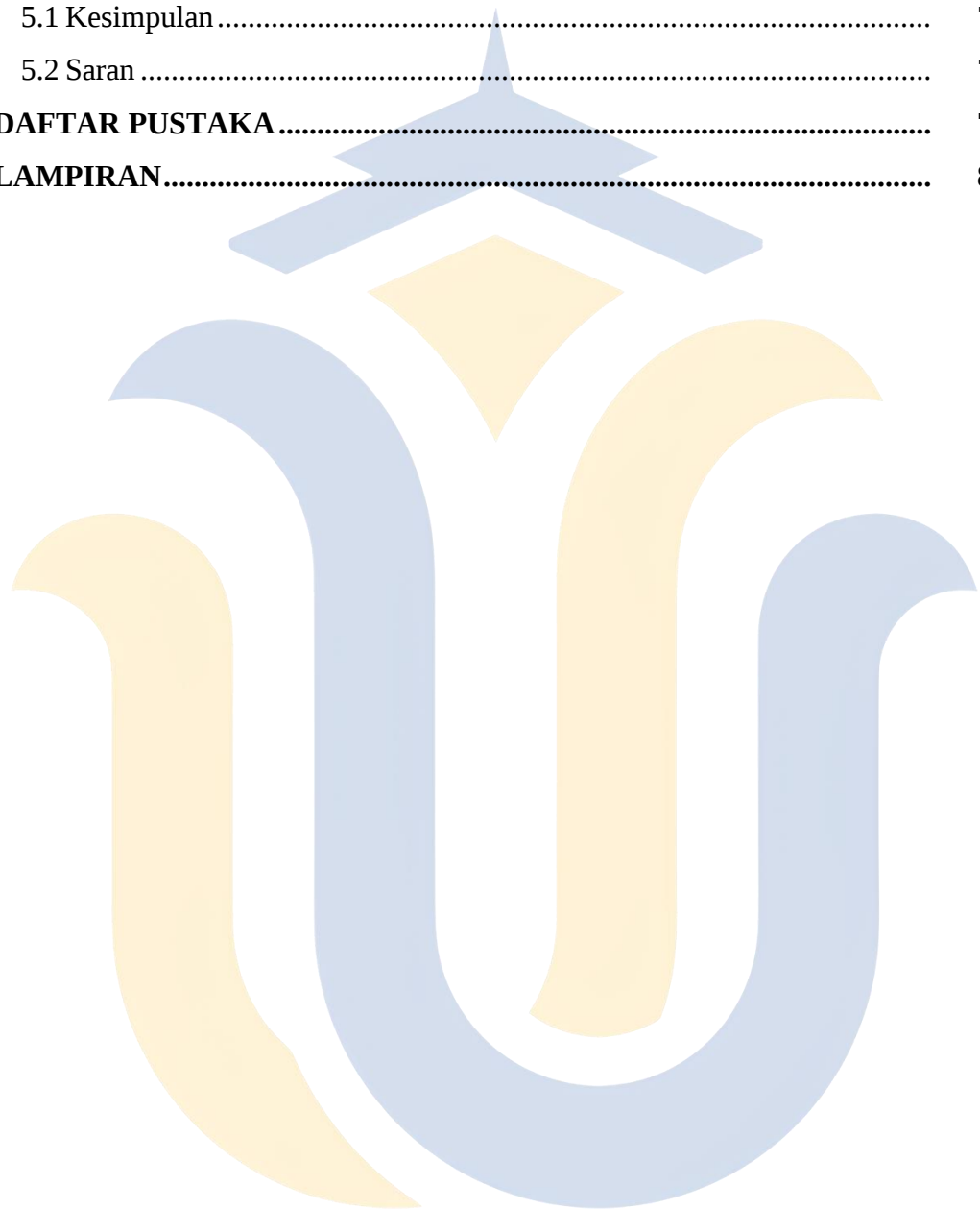
Keywords : *sales promotion, electronic word of mouth(e-wom), price perception, impulsive buying*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Ruang Lingkup	11
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 <i>Grand Theory</i>	14
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior Theory</i>)	14
2.1.2 Pembelian Impulsif	15
2.1.3 Promosi Penjualan	19
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	25
2.1.5 Persepsi Harga	28
2.2 Pengaruh Antar Variabel	31
2.3 Penelitian Terdahulu	33
2.4 Kerangka Pikir Teoritis	35
2.5 Hipotesis	35

BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Rancangan Penelitian.....	37
3.2 Variabel Penelitian.....	37
3.3 Definisi Operasional Variabel	38
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	40
3.5 Populasi dan Sampel.....	41
3.6 Pengumpulan Data.....	42
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
3.8 Pengolahan Data	44
3.9 Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.1 Sejarah Shopee	51
4.1.2 Profil Perusahaan.....	52
4.2 Penyajian Data	53
4.2.1 Karakteristik Responden	53
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	56
4.3 Analisis Data.....	59
4.3.1 Uji Validitas.....	59
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	60
4.3.3 Uji Normalitas	61
4.3.4 Uji Multikolinearitas	62
4.3.5 Uji Heteroskedastisitas	62
4.3.6 Analisis Regresi Berganda	64
4.3.7 Uji Parsial (Uji t)	66
4.3.8 Uji Simultan (Uji F).....	67
4.3.9 Koefisien Determinasi	68
4.4 Pembahasan	69
4.4.1 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif	69
4.4.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mout</i> (e-WOM) Terhadap Pembelian Impulsif.....	69

4.4.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Pembelian Impulsif.....	70
4.4.4 Pengaruh Promosi Penjualan, <i>Electronic Word of Mouth</i> dan Persepsi Harga terhadap Pembelian Impulsif	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	80



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	43
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4. 2 Usia	53
Tabel 4. 3 Domisili	54
Tabel 4. 4 Pembelian Terakhir di Shopee.....	54
Tabel 4. 5 Statistika Deskriptif	55
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Promosi Penjualan (X1)	56
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Electronic Word of Mouth</i> (X2) .	57
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Harga (X3)	58
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Penjualan Impulsif (Y).....	58
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Validitas.....	59
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	60
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Normalitas	61
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	64
Tabel 4. 15 Analisis Regresi Berganda.....	65
Tabel 4. 16 Hasil Uji Parsial	66
Tabel 4. 17 Hasil Uji F.....	67
Tabel 4. 18 Koefisien Determinasi	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Kampanye Belanja Shopee.....	2
Gambar 1. 2 <i>Review</i> Pengguna Shopee.....	4
Gambar 1. 3 Kampanye Belanja Birthday Sale 12.12.....	4
Gambar 1. 4 Jumlah pengunjung <i>E-Commerce</i>	5
Gambar 1. 5 Review Aplikasi Shopee.....	5
Gambar 1. 6 Kumpulan Video Konten Shopeehaul.....	6
Gambar 1. 7 Bentuk <i>Electronic Word of Mouth</i> Shopeehaul di Tiktok.....	7
Gambar 1. 8 <i>Review</i> produk di TikTok dan Penilaian Konsumen di Shopee	8
Gambar 1. 9 Harga dan Penilaian Konsumen pada Produk	9
Gambar 2. 1 Pengaruh Promosi Penjualan, <i>Electronic Word of Mouth</i> (E- WOM), dan Persepsi Harga Terhadap Pembelian Impulsif di Shopee	35
Gambar 4. 1 Logo Shopee.....	51
Gambar 4. 2 Scatterplot.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisiener melalui Google Form	81
Lampiran 2 Kuisiener Penelitian.....	85
Lampiran 3 Profil Data Kuisiener	90
Lampiran 4 Data Tabulasi Kuisiener Variabel Promosi Penjualan (X1).....	99
Lampiran 5 Data Tabulasi Kuisiener Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) (X2)	102
Lampiran 6 Data Tabulasi Kuisiener Persepsi Harga (X3).....	105
Lampiran 7 Data Tabulasi Kuisiener Pembelian Impulsif (Y)	108
Lampiran 8 Hasil Uji Penelitian.....	111