



**PENGARUH ULASAN KONSUMEN, *INFLUENCER*,
POTONGAN HARGA, DAN GAYA HIDUP BERBELANJA
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA
PENGGUNA APLIKASI SHOPEEFOOD DI KUDUS**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

SEPTIAN ELY RAHMAWATI

NIM. 202011300

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

2024



**PENGARUH ULASAN KONSUMEN, *INFLUENCER*,
POTONGAN HARGA, DAN GAYA HIDUP BERBELANJA
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA
PENGGUNA APLIKASI SHOPEEFOOD DI KUDUS**

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

Oleh:

SEPTIAN ELY RAHMAWATI

NIM. 202011300

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

**PENGARUH ULASAN KONSUMEN, *INFLUENCER*, POTONGAN
HARGA, DAN GAYA HIDUP BERBELANJA TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEEFOOD DI KUDUS**

Nama : Septian Ely Rahmawati
NIM : 202011300
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,.....

Pembimbing I



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

Pembimbing II



(Tina Rahayu, S.M., M.M.)
NIDN. 0611059601

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



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

**PENGARUH ULASAN KONSUMEN, *INFLUENCER*, POTONGAN
HARGA, DAN GAYA HIDUP BERBELANJA TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEEFOOD DI KUDUS**

Nama : Septian Ely Rahmawati
NIM : 202011300
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,.....

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




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

Pembimbing II



(Tina Rahayu, S.M., M.M.)
NIDN. 0611059601

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).

Dan hanya kepada Tuhan mu lah engkau berharap”

(Q.S. Al-Insyiroh: 6-8)

“Segala sesuatu yang telah diawali, maka harus diakhiri”

(Rizka Maryaningsih)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan doa. Diantaranya:

1. Kedua orang tua penulis Bapak Wardi dan Ibu Ngantinem yang telah memberikan segala dukungan, semangat, perhatian, dan selalu memberikan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga besar yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun material.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayahnya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Ulasan Konsumen, *Influencer*, Potongan Harga, Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pengguna Aplikasi ShopeeFood Di Kudus” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih 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 dan Tina Rahayu, S.M., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah mengarahkan dan membimbing selama proses penyusunan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah berbagi ilmu pengetahuan maupun pengalaman selama proses perkuliahan berlangsung.

6. Kedua orang tua penulis Bapak Wardi dan Ibu Ngantinem yang telah memberikan segala dukungan, semangat, perhatian, dan selalu memberikan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Saudara saya Ridha Suci Kurniawati dan Suci Oktaviana yang selalu memberikan motivasi dan semangat untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Pemilik NIM 7101420272 yang selalu memberikan semangat kepada penulis dan selalu ada disaat penulis membutuhkan tempat pulang untuk bercerita. Terima kasih untuk semua dukungan, motivasi, dan semangat yang diberikan kepada penulis.
9. Rekan-rekan penulis yang selalu kebersamai selama masa perkuliahan ini yaitu: Yumna Alifatun Nasywa, Ichda Putri Anggraeni, Ifana Rofida, dan Tomy Tegar Putranto yang banyak membantu penulis dalam mengerjakan skripsi dan tak pernah henti saling menyemangati.
10. Semua responden yang telah bersedia mengisi kuesioner, yang tanpa bantuannya skripsi ini tidak akan terselesaikan.
11. Terakhir, terima kasih untuk diri saya sendiri, karena mampu berusaha dan berjuang sejauh ini. Terima kasih sudah mengatur waktu, tenaga, pikiran, dan tidak menyerah sesulit apapun rintangann dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan, kemampuan, pengalaman, dan pengetahuan yang ada pada penulis, sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Maka dari itu penulis mengharap segala kritik maupun saran yang dapat membangun untuk

menyempurnakan penelitian skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang memiliki kepentingan

Kudus, Desember 2024
Penulis



Septian Ely Rahmawati
NIM. 202011300

**PENGARUH ULASAN KONSUMEN, *INFLUENCER*, POTONGAN
HARGA, DAN GAYA HIDUP BERBELANJA TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEEFOOD DI KUDUS**

**Septian Ely Rahmawati
NIM. 202011300**

Pembimbing I: Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.
Pembimbing II: Tina Rahayu, S.M., M.M.

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ulasan konsumen, *influencer*, potongan harga dan gaya hidup berbelanja terhadap pembelian impulsif pada pengguna aplikasi ShopeeFood di Kudus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang berupa kuesioner. Sampel pada penelitian ini berjumlah 125 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan meliputi analisis regresi linear berganda dan koefisien determinasi dengan bantuan SPSS 25. Hasil dari penelitian ini diperoleh dengan menggunakan uji t dan uji F yang menunjukkan bahwa secara parsial 1) ulasan konsumen berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, 2) *influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, 3) potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, 4) gaya hidup berbelanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, 5) secara simultan ulasan konsumen, *influencer*, potongan harga, dan gaya hidup berbelanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada pengguna aplikasi ShopeeFood di Kudus.

Kata Kunci: Ulasan Konsumen, *Influencer*, Potongan Harga, Gaya Hidup Berbelanja, Pembelian Impulsif

**THE INFLUENCE CONSUMER REVIEW, INFLUENCER, PRICE
DISCOUNT, AND SHOPPING LIFESTYLE ON IMPULSIVE BUYING ON
SHOPEEFOOD APPLICATION USERS IN KUDUS**

Septian Ely Rahmawati
NIM. 202011300

Supervisor I : Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.
Supervisor II : Tina Rahayu, S.M., M.M

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM

ABSTRACTION

This research aims to analyze the influence of consumer review, influencer, price discount and shopping lifestyle on impulsive buying on ShopeeFood application user in Kudus. This research uses a quantitative approach with primary data in the form of a questionnaire. The sample in this study consisted of 125 respondents using purposive sampling technique. The analysis technique used includes multiple linear regression analysis and coefficient of determination with the help of SPSS 25. The results of this research were obtained using the t test and F test which show that partially 1) consumer review have a negative and significant effect on impulsive buying, 2) influencer have an influence positive and significant impact on impulsive buying, 3) price discounts have a positive and significant impact on impulsive buying, 4) shopping lifestyle has a positive and significant impact on impulsive buying, 5) simultaneously consumer review, influencer, price discount and shopping lifestyle have a positive impact and significant for impulsive buying on ShopeeFood application user in Kudus.

Keywords: Consumer Review, Influencer, Price Discount, Shopping Lifestyle, Impulsive Buying

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	10
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Perilaku Konsumen	13
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	13
2.1.2 Faktor-Faktor Perilaku Konsumen.....	13
2.2 Pembelian Impulsif	16
2.2.1 Pengertian Pembelian Impulsif	16
2.2.2 Tipe Pembelian Impulsif	16
2.2.3 Indikator Pembelian Impulsif.....	17
2.3 Ulasan Konsumen	18
2.3.1 Pengertian Ulasan Konsumen	18
2.3.2 Faktor-Faktor Ulasan Konsumen	19
2.3.3 Indikator Ulasan Konsumen.....	20
2.4 <i>Influencer</i>	21

2.4.1	Pengertian <i>Influencer</i>	21
2.4.2	Indikator <i>Influencer</i>	22
2.5	Potongan Harga	23
2.5.1	Pengertian Potongan Harga	23
2.5.2	Bentuk-bentuk Potongan Harga	23
2.5.3	Indikator Potongan Harga	24
2.6	Gaya Hidup Berbelanja	24
2.6.1	Pengertian Gaya Hidup Berbelanja	24
2.6.2	Dimensi Gaya Hidup Berbelanja	25
2.6.3	Indikator Gaya Hidup Berbelanja	26
2.7	Pengaruh Antar Variabel	26
2.7.1	Pengaruh Ulasan Konsumen terhadap Pembelian Impulsif	26
2.7.2	Pengaruh <i>Influencer</i> terhadap Pembelian Impulsif	27
2.7.3	Pengaruh Potongan Harga terhadap Pembelian Impulsif	27
2.7.4	Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja terhadap Pembelian Impulsif	28
2.7.5	Pengaruh Ulasan Konsumen, <i>Influencer</i> , Potongan Harga, dan Gaya Hidup Berbelanja Secara Simultan Terhadap Pembelian Impulsif	28
2.8	Penelitian Terdahulu	29
2.9	Kerangka Pemikiran Teoritis	33
2.10	Hipotesis	34
BAB III	METODE PENELITIAN	35
3.1	Rancangan Penelitian	35
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	35
3.2.1	Variabel Independen	35
3.2.2	Variabel Dependen	36
3.2.3	Definisi Operasional	36
3.3	Jenis dan Sumber Data	39
3.3.1	Data Primer	39
3.3.2	Data Sekunder	39
3.4	Populasi dan Sampel	39
3.4.1	Populasi	39

3.4.2	Sampel.....	40
3.5	Pengumpulan Data	40
3.6	Uji Instrumen Penelitian	41
3.6.1	Uji Validitas	41
3.6.2	Uji Reliabilitas	41
3.7	Pengolahan Data.....	42
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.9	Analisis Data	44
3.9.1	Uji Regresi Linier Berganda	44
3.9.2	Uji t (Uji Parsial).....	45
3.9.3	Uji F (Uji Simultan)	46
3.9.4	Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square).....	47
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	48
4.1.1	Profil Perusahaan Shopee.....	48
4.1.2	ShopeeFood.....	49
4.2	Penyajian Data	50
4.2.1	Profil Responden.....	50
4.2.2	Deskriptif Variabel Penelitian.....	52
4.3	Hasil Uji Instrumen Data	58
4.3.1	Uji Validitas	58
4.3.2	Uji Reliabilitas	59
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	60
4.4.1	Uji Normalitas.....	60
4.4.2	Uji Multikolinearitas	61
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	62
4.6	Analisis Data	63
4.6.1	Analisis Regresi Linier Berganda	63
4.6.2	Uji t	65
4.6.3	Uji F	67
4.6.4	Koefisien Determinasi (R^2).....	68

4.7 Pembahasan.....	69
4.7.1 Pengaruh Ulasan Konsumen Terhadap Pembelian Impulsif.....	69
4.7.2 Pengaruh <i>Influencer</i> Terhadap Pembelian Impulsif.....	70
4.7.3 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif	71
4.7.4 Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif	72
4.7.5 Pengaruh Ulasan Konsumen, <i>Influencer</i> , Potongan Harga, dan Gaya Hidup Berbelanja Secara Simultan Terhadap Pembelian Impulsif	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Hasil <i>Preliminary Research</i> Pengguna <i>Online Food Delivery</i> Kabupaten Kudus	5
Tabel 4. 1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4. 2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4. 3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.4 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jumlah dalam Melakukan Pembelian Melalui Aplikasi ShopeeFood.....	52
Tabel 4. 5 Taggapan Responden Terhadap Ulasan Konsumen (X1)	53
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Influencer	54
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Potongan Harga	55
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Gaya Hidup Berbelanja	56
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Pembelian Impulsif.....	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4. 16 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	66
Tabel 4. 17 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	68
Tabel 4. 18 Koefisien Determinasi (R ²)	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Transaksi Layanan <i>Online Food Delivery</i>	4
Gambar 1. 2 Ulasan Konsumen ShopeeFood	5
Gambar 1. 3 <i>Influencer</i> ShopeeFood	6
Gambar 1. 4 Voucher Potongan Harga dan Potongan Gratis Ongkir	7
Gambar 1. 5 Hasil <i>Preliminary Research</i>	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	33
Gambar 4. 1 Logo Shopee.....	48
Gambar 4. 2 Logo ShopeeFood	49