

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat yang telah diberikan-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Tugas akhir dengan judul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN IMPULSIF PELANGGAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE*” ini dibuat untuk memenuhi syarat akademik untuk dapat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu, Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Penulis menyadari tanpa adanya bimbingan, bantuan, dan doa serta dukungan dari orang tua, kerabat, dan dosen, tugas akhir ini tidak dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis, yaitu kepada:

1. Ibu Gracia S. Ugut, M.B.A.,Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi
2. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P,M.M., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan
3. Ibu Dr. Margaretha Pink Berlianto, SE.,MM.,AK.,CA, selaku pembimbing tugas akhir yang telah bersedia membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Bapak William Tjong, BSc., MBA., Ph.D., selaku Pembimbing Akademik
5. Bapak Danet Arya Patria, S.E., M.B.A., selaku ketua konsentrasi Ritel Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
6. Semua dosen yang telah mengajar penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan

7. Karyawan dan *staff* Universitas Pelita Harapan yang membantu dan mendukung penulis selama studi di Universitas Pelita Harapan.
8. Orang tua, adik, dan seluruh keluarga yang telah turut serta memberikan dukungan dan doa kepada penulis.
9. Tia Natasya Susanto, Nadya Cristabella, Venesia, Jessica Tedja, Viven, Alex, Fransiska, Seth, Tifani, Chika, Paskal, Chyntia, Philicia dan Tania yang selalu memberikan dukungan selama proses penulisan tugas akhir.
10. Teman-teman seperjuangan yang menempuh tugas akhir pada semester ganjil 2020/2021.
11. Teman-teman dan pihak lainnya yang telah mendukung dan memberikan semangat dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini, dengan demikian penulis berharap pembaca dapat memberikan saran ataupun kritik yang membangun untuk memperbaiki dan meningkatkan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat untuk pihak lain yang membaca.

Jakarta, 4 Desember 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

Abstrak .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar .....	xii
Daftar Tabel.....	xii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penelitian .....	13
BAB II.....	15
LANDASAN TEORI .....	15
2.1. Kajian Teori .....	15
2.1.1 <i>Impulse Buying</i> .....	15
2.1.2 <i>Pre-Shopping Preparation Tendency</i> .....	17
2.1.3 <i>Urge to Purchase</i> .....	18
2.1.4 <i>Impulse Buying Tendency</i> .....	19
2.1.5 <i>Shopping enjoyment tendency</i> .....	20
2.1.6 <i>Positive affect</i> .....	21
2.1.7 <i>Negative affect</i> .....	21
2.2. Pengembangan Hipotesis .....	22
2.2.1 <i>Pre-shopping preparation dan impulse buying</i> .....	22
2.2.2 <i>Shopping enjoyment tendency dan positive affect</i> .....	23
2.2.3 <i>Impulse buying tendency dan urge to buy impulsively</i> .....	24
2.2.4 <i>Positive affect dan urge to buy impulsive</i> .....	25
2.2.5 <i>Negative affect dan urge to buy impulsively</i> .....	26
2.2.6 <i>Urge to buy impulsively dan impulse buying</i> .....	26
2.3 Model Penelitian .....	27

2.4 Penelitian Terdahulu .....	27
<b>BAB III .....</b>	<b>29</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1. <b>Objek Penelitian dan Subjek Penelitian .....</b>	29
3.2. <b>Unit Analisis .....</b>	30
3.3. <b>Jenis Penelitian.....</b>	30
3.4 Desain Penelitian .....	31
3.5. Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	32
3.6. Populasi dan Sampel.....	35
3.6.1. Populasi .....	36
3.6.2. <b>Sampel .....</b>	36
3.7. <b>Metode Pengumpulan Data.....</b>	38
3.8 Metode Analisis Data.....	39
3.9 Pengujian Instrumen Penelitian. ....	40
3.9.1 Uji Validitas .....	40
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	41
<b>BAB IV .....</b>	<b>42</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
4.1. <b>Profil Responden.....</b>	42
4.1.1 Jenis Kelamin .....	43
4.1.2 Usia.....	44
4.1.3 Pendidikan Terakhir .....	45
4.1.4 Domisili.....	46
4.1.5 Profesi.....	46
4.1.6 Menggunakan Shopee per 3 Bulan.....	47
4.2 Uji Studi Pendahuluan .....	48
4.2.1 Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan 1 .....	48
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan .....	52
4.3 Statistik Deskriptif .....	53
4.3.1 <i>Pre-shopping Preparation Tendency</i> Tabel .....	54
4.3.2 <i>Shopping Enjoyment Tendency</i> .....	55
4.3.3 <i>Impulse Buying Tendency</i> .....	56

4.3.4 <i>Positive Affect</i> .....	57
4.3.5 <i>Negative Affect</i> .....	58
4.3.6 <i>Urge to Purchase</i> .....	59
4.3.7 <i>Impulse Buying</i> .....	61
4.4 Statistik Inferensial .....	62
4.4.1 Evaluasi <i>Outer Model</i> .....	62
4.4.2 Evaluasi <i>Inner Model</i> .....	71
4.4.3 Uji Multikolinieritas .....	72
4.5 Pengujian Model Struktural .....	73
4.5.1 Uji Hipotesis.....	75
4.5.2 Hasil Uji Hipotesis .....	76
4.6 Pembahasan .....	81
4.6.1 Pembahasan Hipotesis 1 .....	81
4.6.2 Pembahasan Hipotesis 2 .....	82
4.6.3 Pembahasan Hipotesis 3 .....	83
4.6.4 Pembahasan Hipotesis 4.....	83
4.6.5 Pembahasan Hipotesis 5 .....	84
4.6.6 Pembahasan Hipotesis 6.....	85
<b>KESIMPULAN</b> .....	<b>87</b>
5.1 Kesimpulan .....	87
5.2 Implikasi Teoritis .....	88
5.3 Implikasi Manajerial .....	92
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	95
5.5 Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>96</b>
<b>Lampiran</b> .....	<b>99</b>

## Daftar Gambar

Gambar 1. 1.....	4
Gambar 1. 2.....	5
Gambar 4. 1	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 2.....	Error! Bookmark not defined.

## Daftar Tabel

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel .....	32
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	39
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	44
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	45
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Domisili .....	46
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Profesi.....	46
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Berapa Kali Berbelanja Dalam Kurun Waktu 3 Bulan Terakhir .....	47
Tabel 4.7 Uji Validitas <i>Pre-shopping preparation tendency</i> (PSPT) .....	48
Tabel 4.8 Uji Validitas <i>Shopping Enjoyment Tendency</i> (SET).....	49
Tabel 4.9 Uji Validitas <i>Impulse Buying Tendency</i> (IBT).....	49
Tabel 4.10 Uji Validitas <i>Positive Affect</i> (PA).....	50
Tabel 4.11 Uji Validitas <i>Negative Affect</i> (NA).....	50
Tabel 4. 12 Uji Validitas <i>Urge to Purchase</i> (UTP) .....	51
Tabel 4.13 Uji Validitas <i>Impulse Buying</i> (IB) .....	51
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.15 Nilai Rentang dan Kategori .....	53
Tabel 4.16 Uji Stastistik deskriptif <i>Pre-shopping Preparation Tendency</i> (PSPT).....	54
Tabel 4. 17 Uji Statistik Deskriptif <i>Shopping Enjoyment Tendency</i> (SET)....	55
Tabel 4.18 Uji Statistik Deskriptif <i>Impulse Buying Tendency</i> (IBT).....	56
Tabel 4.19 Uji Statistik Deskriptif <i>Positive Affect</i> (PA).....	57
Tabel 4.20 Uji Statistik Deskriptif <i>Negative Affect</i> (NA).....	58
Tabel 4.21 Uji Statistik Deskriptif <i>Urge to Purchase</i> (UTP) .....	59
Tabel 4.22 Uji Statistik Deskriptif <i>Impulse Buying</i> (IB) .....	61
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Konvergen Aktual I.....	63
Tabel 4.24 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) Penelitian Aktual 1 .....	65
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Konvergen Penelitian Aktual II.....	66
Tabel 4. 26 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) Penelitian Aktual II	

.....	68
Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas Diskriminan Penelitian Aktual II .....	69
Tabel 4.28 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Aktual I .....	70
Tabel 4. 29 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Aktual II.....	71
Tabel 4.30 Hasil Uji Multikolonieritas (VIF).....	72
Tabel 4.31 Hasil Uji R Square .....	76
Tabel 4. 32 Hasil Uji Hipotesis .....	76
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis.....	88
Tabel 5.2 Perbandingan Desain Penelitian .....	91

### Daftar Lampiran

<b><u>Lampiran A</u></b> .....	99
<b><u>Lampiran B</u></b> .....	102
<b><u>Lampiran C</u></b> .....	105
<b><u>Lampiran D</u></b> .....	111
<b><u>Lampiran E</u></b> .....	113
<b><u>Lampiran F</u></b> .....	117