

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP *ONLINE IMPULSE BUYING* PADA PRODUK *FASHION ZALORA* (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA)

FAUZIAH FEBRIANI SUSANTI

1702517023



Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapat gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020**

***THE INFLUENCES OF SALES PROMOTION ON ONLINE
IMPULSE BUYING IN ZALORA FASHION PRODUCTS
(CASE STUDY ON STUDENTS OF UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA)***

FAUZIAH FEBRIANI SUSANTI

1702517023



*Research paper was written to fulfill one the requirements to get the title of Ahli
Madya at the Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.*

***MARKETING MANAGEMENT DIII STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020***

ABSTRAK

Fauziah Febriani Susanti, 2020; Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap *Online Impulse Buying* Pada Produk *Fashion Zalora* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta). Karya Ilmiah, Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui gambaran tentang promosi penjualan dan *online impulse buying* 2) Mengetahui apakah promosi penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap *online impulse buying* pada produk *fashion Zalora*. Sampel yang digunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Pada penelitian ini data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel promosi penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap *online impulse buying* sebesar 33,9% dan sisanya sebesar 66,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Promosi Penjualan, *Online Impulse Buying*

ABSTRACT

Fauziah Febriani Susanti, 2020; *The Influence of Sales Promotion on Online Impulse Buying in Zalora Fashion Products (Case Study on Students of Universitas Negeri Jakarta)*. Scientific Paper, Marketing Management DIII Study Program. Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta.

This study aims to: 1) Know the description of sales promotion and online impulse buying 2) Know whether sales promotion has a significant effect on online impulse buying in Zalora fashion products. The sample is used techniques Purposive Sampling with a sample of 100 respondents. In this research the data was collected by spreading a questionnaires. The data analysis method is used by simple linear regression. The results of this study can be seen that the variable sales promotion significantly influence online impulse buying by 33,9% and the remaining 66,1% is influenced by other factors.

Keywords: Sales Promotion, Online Impulse Buying




LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Agung Kresnamurti R. P., ST., M.M.</u> NIP. 197404162006041001 (Ketua Penguji)		<u>13 - 8 - 2020</u>
2	<u>M. Edo S. Siregar, SE., M.B.A.</u> NIP. 197201252002121002 (Penguji Ahli)		<u>22 - 8 - 2020</u>
3	<u>Dra. Sholikhah, M.M.</u> NIP. 196206231990032001 (Dosen Pembimbing)		<u>8 - 8 - 2020</u>

Nama : Fauziah Febriani Susanti
No. Registrasi : 1702517023
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Tanggal Lulus : 22 Juni 2020

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya Ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan Tinggi lain.
2. Karya Ilmiah ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 26 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



Fauziah Febriani Susanti
NIM. 1702517023



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini,
saya:

Nama : Fauziah Febriani Susanti
NIM : 1702517023
Fakultas/Prodi : D3 Manajemen Pemasaran
Alamat email : fauziahfebriani23@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT
Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya
ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....) Karya Ilmiah

yang berjudul :
Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap *Online Impulse Buying* Pada Produk *Fashion*
Zalora (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta
berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data
(*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau
media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya
selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang
bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan
Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak
Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 08-09-2020

Penulis

(Fauziah Febriani Susanti)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan Karya Ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap *Online Impulse Buying* Pada Produk *Fashion Zalora* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)”** ini dengan baik.

Dalam penyusunan Karya Ilmiah ini peneliti mendapatkan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak yang sudah memberikan kritik dan saran dalam membantu menyelesaikan penyusunan Karya Ilmiah ini khususnya kepada:

1. Dra. Sholikhah, M.M. selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan selaku dosen
- 2.
3. pembimbing Karya Ilmiah yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penyusunan Karya Ilmiah ini.
4. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan secara materi dan spiritual.
6. Rekan-rekan mahasiswa khususnya DIII Manajemen Pemasaran yang sudah berkenan membantu dalam penyusunan Karya Ilmiah ini.

Peneliti menyadari bahwa Karya Ilmiah ini masih jauh dari kesempurnaan karena pengetahuan dan pengalaman dari peneliti yang terbatas. Oleh karena itu,

peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga Karya Ilmiah ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu khususnya pada *e-commerce*.

Jakarta, 11 Mei 2020

Peneliti



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN TEORETIS DAN METODOLOGI PENELITIAN	6
A. Kajian Teoretis.....	6
B. Kerangka Berpikir.....	17
C. Metodologi Penelitian.....	18
BAB III PEMBAHASAN	31
A. Analisis Data.....	31
B. Uji Asumsi Klasik.....	53
C. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	55
D. Uji Hipotesis.....	57
BAB IV PENUTUP	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Halaman
Tabel II.1	Rekap Penelitian Terdahulu	16
Tabel II.2	Operasionalisasi Variabel	20
Tabel II.3	Skala Kuesioner Penelitian	23
Tabel II.4	Kategori Kelas Nilai Rata-Rata	27
Tabel III.1	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan	32
Tabel III.2	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Online Impulse Buying</i>	32
Tabel III.3	Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel III.4	Analisis Statistika Deskriptif Variabel Promosi Penjualan	39
Tabel III.5	Analisis Statistika Deskriptif Variabel <i>Online Impulse Buying</i>	47
Tabel III.6	Hasil Uji Normalitas Menggunakan Metode <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	53
Tabel III.7	Hasil Uji Linearitas	54
Tabel III.8	<i>Model Summary</i>	55
Tabel III.9	Uji Anova	56
Tabel III.10	Koefisien Regresi	56
Tabel III.11	Hasil Uji Hipotesis	58

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Halaman
Gambar I.1	Data Pengguna Internet	1
Gambat I.2	Situs <i>Online Shop Fashion</i> Terpopuler	2
Gambar II.1	Kerangka Pemikiran Penelitian	17
Gambar III.1	Grafik Jenis Kelamin Responden	35
Gambar III.2	Grafik Usia Responden	36
Gambar III.3	Grafik Fakultas yang Diambil di Universitas Negeri Jakarta	37
Gambar III.4	Grafik Pengeluaran Rata-Rata Perbulan Responden	38
Gambar III.5	Grafik Histogram <i>Mean</i> dari Variabel Promosi Penjualan	46
Gambar III.6	Grafik Histogram <i>Mean</i> dari Variabel <i>Online Impulse Buying</i>	52

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	66
Lampiran 2	Data Responden	74
Lampiran 3	Hasil SPSS	76

