

**PENGARUH SALES PROMOTION DAN HEDONIC SHOPPING
TERHADAP IMPULSE BUYING BEHAVIOR MELALUI POSITIVE
EMOTION PADA PENGGUNA E-COMMERCE DI JABODETABEK**

RISKA DENIA

1707618015



**Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk
memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi, Universitas
Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

***INFLUENCE SALES PROMOTIONS AND HEDONIC SHOPPING TO
IMPULSE BUYING BEHAVIOR THROUGH POSITIVE EMOTIONS
ON USER E-COMMERCE IN JABODETABEK AREA***

RISKA DENIA

1707618015



***This thesis was prepared to fulfill one of the requirement to obtain a Bachelor
of Education Degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta***

STUDY PROGRAM BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMIC

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2023

ABSTRAK

RISKA DENIA. Pengaruh *Sales Promotion* dan *Hedonic Shopping* terhadap *Impulse Buying Behavior* melalui *Positive Emotion* pada Pengguna *E-Commerce* di Jabodetabek.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi *impulse buying behavior* pada pengguna salah satu *e-commerce* Shopee dengan menggunakan variabel *sales promotion*, *hedonic shopping*, dan *positive emotion*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey berupa kuesioner yang disebarakan kepada 200 responden. Kriteria responden dalam penelitian yaitu responden berdomisili di wilayah Jabodetabek, berusia minimal 17 tahun, mempunyai akun Shopee dan merupakan pengguna Shopee, dan responden sudah pernah melakukan pembelian di Shopee minimal dua kali dalam kurun waktu enam bulan terakhir. Data diolah dengan menggunakan teknik analisis SEM yang terdapat dalam perangkat AMOS dan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sales promotion* berpengaruh terhadap *positive emotion*, *sales promotion* berpengaruh terhadap *impulse buying behavior*, *hedonic shopping* berpengaruh terhadap *positive emotion*, *hedonic shopping* berpengaruh terhadap *impulse buying behavior*, *positive emotion* berpengaruh terhadap *impulse buying behavior*, *sales promotion* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying behaviour* melalui *positive emotion*, dan *hedonic shopping* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying behaviour* melalui *positive emotion*.

Kata Kunci: *Impulse Buying Behavior*, *Sales Promotion*, *Hedonic Shopping*, *Positive Emotion*

ABSTRACT

RISKA DENIA. *Influence Sales Promotions and Hedonic Shopping to Impulse Buying Behavior through Positive Emotions on User E-Commerce in Jabodetabek Area.*

This study aims to analyze the factors that influence impulse buying behavior in users of one of the Shopee e-commerce using the variables of sales promotion, hedonic shopping, and positive emotion. The data collection method uses a survey method in the form of a questionnaire distributed to 200 respondents. The criteria for respondents in the study are that respondents live in the Jabodetabek area, are at least 17 years old, have a Shopee account and are Shopee users, and respondents have made purchases at Shopee at least twice in the last six months. The data was processed using SEM analysis techniques contained in AMOS and SPSS tools. The results showed that sales promotion affects positive emotion, sales promotion affects impulse buying behavior, hedonic shopping affects positive emotion, hedonic shopping affects impulse buying behavior, positive emotion affects impulse buying behavior, sales promotion has a significant effect on impulse buying behavior through positive emotion, and hedonic shopping has a significant effect on impulse buying behavior through positive emotion. The data was processed using SEM analysis techniques contained in AMOS and SPSS tools. The results showed that sales promotion, hedonic shopping had a significant effect on impulse buying behavior, positive emotion had a significant effect on impulse buying behavior, sales promotion had a significant effect on impulse buying behavior through positive emotion, and hedonic shopping had a significant effect on impulse buying behavior through positive emotion.

Keyword: *Impulse Buying Behavior, Sales Promotion, Hedonic Shopping, Positive Emotion*

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



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 : Riska Denia
NIM : 1707618015
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi/ Program Studi S1 Pendidikan Bisnis
Alamat email : riskaride@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 (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Sales Promotion dan Hedonic Shopping terhadap Impulse Buying Behavior melalui Positive Emotion pada Pengguna E-Commerce di Jabodetabek

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, 27 Februari 2023

Penulis

(Riska Denia)

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Dengan ini saya mengatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi 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 ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Maret 2023

Yang membuat pernyataan









Riska Denia

NIM. 1707618015

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi  Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd NIP 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si NIP. 196610302000121001 (Ketua Penguji)		15 Februari 2023
2	Agung Kresnamurti Rivai P, MM NIP. 197404162006041001 (Penguji 1)		15 Februari 2023
3	Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev NIP. 198507232010121002 (Penguji 2)		15 Februari 2023
4	Prof. Dr. Corry Yohanna, MM NIP. 195909181985032011 (Pembimbing 1)		15 Februari 2023
5	Rahmi, SE, M.S.M NIP. 198305012018032000 (Pembimbing 2)		15 Februari 2023
Nama : Riska Denia No. Registrasi : 1707618015 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 15 Februari 2023			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

LEMBAR PERSEMBAHAN

Rasa syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan rahmat ridhonya atas perjalanan yang berwarna selama saya melaksanakan kuliah di kampus ini hingga akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Saya persembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua dan keluarga saya, yang tiada hentinya memberikan dukungan agar saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan berdoa agar saya mendapatkan kelancaran dan kemudahan dalam mengerjakan skripsi ini. Kemudian saya persembahkan kepada Ibu Corry Yohana dan Ibu Rahmi yang selalu membimbing dan mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi. Tak lupa teman-teman seperjuangan dan responden yang telah membantu saya dalam mengisi kuesioner penelitian skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat dan hidayahnya penulis diberikan kemudahan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Sales Promotion* dan *Hedonic Shopping* terhadap *Impulse Buying Behavior* melalui *Positive Emotion* pada Pengguna E-Commerce di Jabodetabek”. Shalawat serta salam tak lupa selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis terdapat dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Sehingga penulis menjadi lebih semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dra. Basrah Saidani, M.Si dan Ika Febrilia, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang pernah memberikan bimbingan, arahan dan saran kepada penulis.
2. Dr. Corry Yohana, M.M dan Rahmi, S.E., M.S.M. selaku Dosen Pembimbing 1 dan 2 yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan dan saran kepada penulis.
3. Nadya Fadillah Fidhyallah, M.Pd., selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.

5. Orang tua yang selalu mendukung dan memberikan doa selama penyusunan proposal penelitian ini kepada penulis baik dalam bentuk moril maupun materil.
6. Seluruh teman-teman dan sahabat yang senantiasa memberikan motivasi, saran dan bantuan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas kekurangan yang ada dan penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat membuat penulis menjadi lebih baik.

Jakarta, 23 Januari 2023



Riska Denia

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	14
1.4. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1. Teori Pendukung	17
2.1.1. <i>Theory of Planned Behavior</i>	17
2.1.2. <i>Impulse Buying Behavior</i>	18

2.1.3.	<i>Sales Promotion</i>	23
2.1.4.	<i>Hedonic Shopping</i>	28
2.1.5.	<i>Positive Emotion</i>	32
2.2.	Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Teori	34
2.2.1.	Pengembangan Hipotesis	34
2.2.2.	Kerangka Teoretik.....	43
BAB III METODE PENELITIAN		44
3.1.	Waktu dan Tempat Penelitian	44
3.1.1.	Waktu Penelitian	44
3.1.2.	Tempat Penelitian.....	44
3.2.	Desain Penelitian	45
3.3.	Populasi dan Sampel	45
3.3.1.	Populasi.....	45
3.3.2.	Sampel.....	45
3.4.	Pengembangan Instrumen	46
3.4.1.	<i>Impulse Buying Behavior (Y)</i>	47
3.4.2.	<i>Sales Promotion (X₁)</i>	48
3.4.3.	<i>Hedonic Shopping (X₂)</i>	49
3.4.4.	<i>Positive Emotion (Z)</i>	51
3.4.5.	Skala Pengukuran.....	52

3.5.	Teknik Pengumpulan Data	52
3.6.	Teknik Analisis Data	53
3.6.1.	Uji Validitas	53
3.6.2.	Uji Reliabilitas	53
3.6.3.	Uji Hipotesis	54
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1.	Deskripsi Data	58
4.1.1.	Profil Responden	58
4.1.2.	Profil Data	61
4.2.	Hasil	68
4.3.	Pembahasan	75
BAB V	PENUTUP	82
5.1.	Kesimpulan	82
5.2.	Implikasi	83
5.3.	Keterbatasan Penelitian	85
5.4.	Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya	85
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN		95
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		103