

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS DAN PROMOSI  
PENJUALAN TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF  
PADA PENGGUNA LAZADA**  
(Studi kasus pada mahasiswa FEB UNTAG Semarang)

**SKRIPSI**

**Memenuhi Persyaratan  
untuk Mencapai Derajat Sarjana S-1  
Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh :**

**TRESIA STEFANIA LIGHING**  
**NPM. 201003612012188**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS SEMARANG**

**2024**

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS DAN PROMOSI  
PENJUALAN TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF  
PADA PENGGUNA LAZADA  
(Studi kasus pada mahasiswa FEB UNTAG Semarang)**

**Dipersiapkan dan disusun oleh**

**TRESIA STEFANIA LIGHING**  
**NPM. 201003612012188**

**Telah Dipertahankan di depan Dosen Penguji**

**Pada Tanggal.....**

**dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima**

**Drs. Syahtri Wardana P,SE.,MM.**

**Pembimbing**

**Prof.Dr.Susetyo Darmanto,ST,SE,MM**

**Penguji 1**

**Drs. Joko Riyanto,SE,MM**

**Penguji 2**

**Semarang,.....**

**Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas 17 Agustus 1945 Semarang  
Dekan**

**Dra. Nurchayati,SE,MM,Akt,CA**

**NRP : 111357**

## HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO

### PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmad dan karunia-Nya, dengan segala kerendahan hati saya persembahkan skripsi ini sebagai bentuk tanggung jawab, bukti, dan ungkapan terima kasih saya kepada :

1. Orang Tua Tercinta, Bapak Fransiskus Nggawang dan Ibu Katarina Nande terima kasih atas kasih dan sayangNya telah melahirkan, membesarkan dan mendidik serta telah memberikan dukungan doa dan motivasi baik secara motil maupun materil yang senantiasa mengiringi setiap langkah dan keberhasilan saya.
2. Saudara dan saudariku tercinta Kakak Heribertus Mbaling, Kakak Adrianus Sapang, Kakak Valerius Ruek, Kakak Beneria Sardiana Lija dan Adik Kristina Tanggo terima kasih atas doa dan dukungan serta motivasi kalian semua.
3. Karbianus Muryadi terima kasih telah mendengar keluh kesah, serta motivasi dan dukungan doanya selama menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada sahabatku Mira Januarita, Mediana Dwi Suryandari dan Mariana Dinal terima kasih atas segala dukungan dan doanya serta semua pihak yang tidak sempat saya sebutkan satu persatu terima kasih atas bantuan dan dukungannya.
5. Kepada teman-temanku seangkatan program studi Manajemen yang telah memberikan saran, motivasi dan dukungannya selama ini.
6. Almamaterku tercinta Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

### MOTTO

“Lakukanlah semuanya dengan cinta.”

1 Korintus 16:14

Judul : Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pengguna Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNTAG Semarang)  
Title : The Effect of Hedonic Shopping Motivation and Sales Promotion on Impulse Buying in Lazada Users (Case Study on FEB UNTAG Semarang Students)  
Nama : Tresia Stefania Lighing  
NPM : 201003612012188

### **ABSTRAK**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi belanja hedonis dan promosi penjualan terhadap pembelian impulsif pada pengguna lazada di FEB UNTAG Semarang. Sampel terpilih sebanyak 60 responden dengan metode pengambilan sampel non probability sampling dengan jenis sampling purposive sampling. Data penelitian ini diperoleh dari data primer dengan melakukan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel motivasi belanja hedonis berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pembelian impulsif dan variabel promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada pengguna lazada.

Kata Kunci : Motivasi Belanja Hedonis, Promosi Penjualan, Pembelian Impulsif.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan YME, karena atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pengguna Lazada (Studi kasus pada mahasiswa FEB UNTAG Semarang)“.

Tujuan penulisan skripsi adalah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat sarjana S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

Mulai perencanaan sampai dengan penyelesaian skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Dra. Nurchayati,MM,AK.CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
2. Bapak Drs. Galuh Yuniarto,SE,MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
3. Bapak Drs. Syahtri Wardana Priyambodo,SE.,MM, selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan petunjuk serta bimbingan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini.
4. Bapak Prof. Dr. Susetyo Darmanto,ST,SE,MM dan Drs. Joko Riyanto,SE,MM selaku dosen penguji yang telah memberikan saran sehingga skripsi ini dapat selesai.
5. Segenap Bapak dan Ibu dosen yang telah membimbing, mengajar, dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh studi di Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
6. Seluruh keluarga tercinta, yang selalu memberikan doa, harapan dan semangat untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Seluruh responden yang telah memberikan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.

8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dan tidak bisa penulis sebutkan satu persatu

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, secara teoretis dan praktis.

Semarang, 09 Maret 2024  
Penulis

Tresia Stefania Lighing

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	I-1
1.1 Latar Belakang.....	I-1
1.2 Rumusan Masalah.....	I-7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	1-7
1.4 Tujuan Penelitian.....	I-7
1.5 Manfaat Penelitian.....	I-7
1.5.1 Dari Segi Teoritis.....	I-7
1.5.2 Dari Segi Praktis.....	I-8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	II-1
2.1 Telaah Teori.....	II-1
2.1.1 Pemasaran.....	II-1
2.1.2 Pembelian Impulsif.....	II-2
2.1.3 Motivasi Belanja Hedonis.....	II-5
2.1.4 Promosi Penjualan.....	II-6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	II-9
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Rumusan Hipotesis.....	II-15
2.3.1 Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif.....	II-15
2.3.2 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif.....	II-16

BAB III METODE PENELITIAN.....	III-1
3.1 Populasi dan Sampel.....	III-1
3.2 Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel.....	III-2
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	III-4
3.4 Pengujian Instrumen Penelitian.....	III-5
3.4.1 Uji Validitas.....	III-5
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	III-6
3.5 Teknik Analisis Data.....	III-7
3.5.1 Analisis Deskripsi.....	III-7
3.5.2 Analisis Inferensial.....	III-7
1. Uji Normalitas.....	III-8
2. Uji Asumsi Klasik.....	III-8
3. Uji Goodness of Fit.....	III-9
4. Uji Hipotesis (Uji Statistik T).....	III-9
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	IV-1
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	IV-1
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	IV-1
4.1.2 Deskripti Variabel Penelitian.....	IV-3
4.2 Analisis Hasil Penelitian.....	IV-8
4.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	IV-8
4.2.2 Uji Normalitas.....	IV-10
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	IV-10
4.2.4 Uji Goodnes of Fit (Uji Model).....	IV-9
4.2.5 Uji Hipotesis (Uji Statistik T).....	IV-14
4.3 Pembahasan.....	IV-15
4.3.1 Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pengguna Lazada di FEB UNTAG Semarang.....	IV-15
4.3.2 Pengaruh Promosi Penjualan Tehadap Pembelian Impulsif Pada Pengguna Lazada di FEB UNTAG Semarang.....	IV-16



BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	V-1
5.1 Simpulan.....	V-1
5.2 Saran.....	V-1
DAFTAR PUSTAKA.....	1
LAMPIRAN.....	3

## DAFTAR GAMBAR

Daftar Gambar	Halaman
Gambar 1 Grafik Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia .....	I-1
Gambar 1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	II-17

## DAFTAR TABEL

Daftar Tabel	Halaman
Tabel 1 Data Jumlah Pengunjung E-commerce pada Kuartal I - III.....	I-3
Tabel 2 Research Gap .....	I-6
Tabel 3 Penelitian Terdahulu .....	II-11
Tabel 4 Definisi Operasional Variabel.....	III-3
Tabel 5 Definisi Operasional Variabel.....	III-4
Tabel 6 Hasil Uji Validitas.....	III-5
Tabel 7 Hasil Uji Reabilitas .....	III-6
Tabel 8 Jenis Kelamin Responden .....	IV-1
Tabel 9 Usia Responden.....	IV-2
Tabel 10 Program Studi Responden.....	IV-2
Tabel 11 Deskripsi Variabel Pembelian Impulsif (Y) .....	IV-3
Tabel 12 Deskripsi Variabel Motivasi Belanja Hedonis (X1) .....	IV-5
Tabel 13 Deskripsi Variabel Promosi Penjualan (X2).....	IV-7
Tabel 14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	IV-9
Tabel 15 Hasil Uji Normalitas .....	IV-10
Tabel 16 Hasil Uji Multikolinieritas .....	IV-11
Tabel 17 Uji HeteroskedastisitasTabel 18.....	IV-12
Tabel 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	IV-13
Tabel 19 Hasil Uji F.....	IV-13
Tabel 20 Hasil Uji Hipotesis .....	IV-14