

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN *HEDONIC SHOPPING* TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF MELALUI *POSITIVE EMOTION* PADA PENGGUNA SHOPEE DI YOGYAKARTA

**Diajukan guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh derajat
Sarjana Program Studi Manajemen**



Lingga Syafitra

122201952

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN YAYASAN KELUARGA
PAHLAWAN NEGARA YOGYAKARTA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN *HEDONIC SHOPPING* TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF MELALUI *POSITIVE EMOTION* PADA PENGGUNA SHOPEE DI YOGYAKARTA

Diajukan oleh

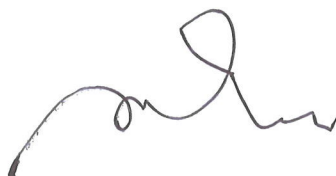
Lingga Syafitra

No. Mhs. 122201952

Yogyakarta, 13 Januari 2025

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nur Rokhman', with a stylized flourish at the end.

Nur Rokhman, SE., M.Si

LEMBAR PENGESAHAN

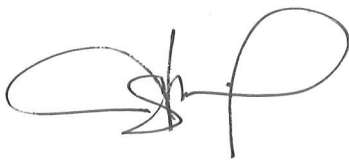
PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN *HEDONIC SHOPPING* TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF MELALUI *POSITIVE EMOTION* PADA PENGGUNA SHOPEE DI YOGYAKARTA

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal:

Yang terdiri atas

Ketua



(Dr. Supermono, M. Si)

Anggota



(Nur Rokhman S.E., M.Si)

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi Penjualan dan *Hedonic Shopping* Terhadap Pembelian Impulsif Melalui *Positive Emotion* pada Pengguna Shopee Di Yogyakarta” dan diajukkan untuk di uji pada tanggal 31 Januari 2025 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk pendapat atau pemikiran dari penulisan lain, kemudian saya akui sebagai tulisan saya sendiri atau mengambil dari tulisan lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila hal tersebut saya lakukan baik sengaja atau tidak sengaja, dengan ini saya menyatakan skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain, maka gelar sarjana dan ijazah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.



Saksi 1, sebagi pembimbing dan
Merangkap sebagai anggota penguji

(Nur Rokhman, SE., M.Si)

Saksi 2, sebagai ketua dosen
penguji skripsi

(Dr. Suparmono, M.Si)

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat-Nya yang telah memberikan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih dan persembahan atas karya ini kepada:

1. Kepada kedua orang tua ku bapak Heri Yanto, dan ibu ku tercinta Asnawati karena tanpa doa-doanya penulis tidak bisa seperti saat ini.
2. Kepada kakak ku tersayang Linda Agustina, Indra Zalmi, Siti Habibah dan keponakanku Hazimah Hasna Abdul Aziz yang telah memberikan banyak dukungan berupa, materi, semangat, nasehat-nasehat, dan do'a sampai dengan saat ini. Tanpa beliau semua mungkin penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih karena sampai dengan saat ini terus memberikan segala bentuk dukungan.
3. Terimakasih kepada keluarga besar terutama ndis Ida Laila dan lain-lain yang memberikan dukungan baik secara moril atau material.
4. Terimakasih kepada teman-teman yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini tanpa bisa disebutkan satu-satu, semoga Allah membalas kebaikan kalian semua. Aamiin

MOTTO

“Man Jadda Wajada”

Barang Siapa Bersungguh-sungguh Maka Pasti Berhasil

“Sesungguhnya Dibalik Kesusahan Ada Kemudahan”

QS- Al-Insyirah 5-6

KATA PENGANTAR

Assalualaikum Wr. Wb

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih tak terhingga atas segala bimbingan dan arahan yang telah diberikan kepada penulis baik secara langsung selama penyusunan skripsi hingga selesai. Secara khusus menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan kelancaran kepada penulis selama mengerjakan skripsi ini
 2. Kedua orang tua ku tercinta bapak Heri dan ibu Asnawati
 3. Kepada kakak ku Linda Agustina, Indra Zalmi, Siti Habibah, dan keponakan ku Hazimah Hasna Abdul Aziz, yang telah banyak dukungan untuk membantu penulis.
 4. Bapak Dr. Suparmono, M.Si selaku ketua STIM YKPN Yogyakarta
 5. Bapak Nur Rokhman, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran selama proses menyelesaikan skripsi ini.
 6. Seluruh dosen dan karyawan STIM YKPN yang telah mengajarkan ilmu dan memberikan pelayanan selama penulis menempuh studi
 7. Sahabat dan teman-teman tanpa bisa diucapkan satu-satu
- Semoga Allah senantiasa membalas semua kebaikan yang telah

membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, akan tetapi penulis berharap dapat memberikan manfaat terkhusus manajemen kepada pembaca semua.

Demikian skripsi ini penulis susun, akhir kata penulis ucapkan terimakasih.

Yogyakarta.....

Lingga Syafitra

122201952

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dari variabel promosi penjualan (X1) *hedonic shopping* (X2) pembelian impulsif (Y1) dan *positive emotion* sebagai mediasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jumlah sampel adalah sebanyak 100 pengguna shopee di Yogyakarta. Adapun metode yang digunakan adalah metode purposive sampling, uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, reabilitas, normalitas, multikoleniaritas, uji *path*, uji t dan uji sobel.

Hasil penelitian ini menunjukkan promosi penjualan dan *hedonic shopping* terhadap *positive emotion*, promosi penjualan dan *hedonic shopping* tidak mempengaruhi pembelian impulsif dan *positive emotion* mempengaruhi pembelian impulsif. Serta *sales promotion* tidak memiliki pengaruh terhadap variabel *impulse buying behavior* melalui variabel *positive emotion*. dan *hedonic shopping* memiliki pengaruh terhadap variabel *impulse buying behavior* melalui variabel *positive emotion*

Kata Kunci: Promosi Penjualan, *Hedonic Shopping*, pembelian impulsif, *positive emotion*.

ABSTRACT

This research aims to analyze the variables sales promotion (X1), hedonic shopping (X2), impulsive buying (Y1) and positive emotion as mediation. The research method used is a quantitative method with a sample size of 100 shopee users in Yogyakarta. The method used is the purposive sampling method, the tests used in this research are validity, reliability, normality, multicollinearity, path test, t test and sobel test.

The results of this research show that sales promotion and hedonic shopping have positive emotions, sales promotion and hedonic shopping do not influence impulsive buying and positive emotion influences impulsive buying. And sales promotion has no influence on the impulse buying behavior variable through the positive emotion variable. And hedonic shopping has an influence on the impulse buying behavior variable through the positive emotion variable.

Keywords: *Sales Promotion, Hedonic Shopping, impulse buying, positive emotion.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	10
LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Pengembangan Hipotesis	20
BAB III.....	26
METODOLOGI PENELITIAN.....	27
A. Definisi Konsep	27
B. Definisi Operasional	28
C. Jenis Penelitian.....	31

D. Jenis dan Sumber Data.....	32
D. Populasi dan Sampel	32
F. Metode Pengumpulan Data.....	33
G. Metode Analisis Data	34
5. Koefisien Determinasi (Adjusted R2).....	40
BAB IV	41
GAMBARAN UMUM DAN ANALISIS DATA	41
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	41
B. Analisis Data	42
C. Pembahasan.....	66
BAB V.....	72
PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data pengguna e-commerce Shopee di Yogyakarta.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 4.1 Karakteristik Status Responden.....	40
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden.....	41
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas X1.....	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas X2.....	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Y1.....	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Y2.....	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas Sub 1.....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas Sub 2.....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas Sub.1.....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Heterokedastisitas Sub 2.....	52
Tabel 4.13 Hasil Uji t Sub 1.....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji t Sub 2	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi Sub 1.....	62
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Sub 1.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	79
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	88
Lampiran 4 Hasil Uji Data.....	89
Lampiran 4.1 Uji Validitas.....	89
Lampiran 4.2 Uji Realibilitas.....	100
Lampiran 4.3 Uji Normalitas.....	101
Lampiran 4.4 Uji multikolinearitas.....	102
Lampiran 4. Uji Heterokedastisitas.....	103
Lempiran 4.6 Uji t.....	104
Lampiran 4.7 Sobel.....	105
Lampiran 4.8 Uji Koefisien Determinasi.....	105