

**PENGARUH PROMO GRATIS ONGKOS KIRIM  
*FASHION INVOLVMENT* DAN *SHOPPING  
LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI *E-  
COMMERCE SHOPPE***

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Derta Irmondo  
190910224**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

**PENGARUH PROMO GRATIS ONGKOS KIRIM  
*FASHION INVOLVMENT DAN SHOPPING  
LIFESTYLE TERHADAP IMPULSE BUYING DI E-  
COMMERCE SHOPPE***

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:  
Derta Irmondo  
190910224**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Derta Irmondo

NPM : 190910224

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

**“Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim *Fashion Involvement* Dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulse Buying* Di *E-Commerce Shoppe*”**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 12 Juli 2024

The image shows a handwritten signature in black ink over a red official stamp. The stamp is rectangular and contains the text 'METRAK TIMPEL' and the identification number '6EALX176298323'. To the left of the stamp is a vertical barcode.

**Derta Irmondo**  
190910224

**PENGARUH PROMO GRATIS ONGKOS KIRIM  
FASHION INVOLVMENT DAN SHOPPING  
LIFESTYLE TERHADAP IMPULSE BUYING DI E-  
COMMERCE SHOPPE**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh  
Derta Irmondo  
190910224**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
Seperti tertera dibawah ini**

**Batam, 12 Juli 2024**



**Dr. Nur Elfi Husda., S.Kom., M.SI.  
Pembimbing**



---

**Universitas Putera Batam**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana promo gratis ongkos kirim, *fashion involvment* dan *shopping lifestyle* mempengaruhi *impulse buying* di *e-commerce* Shopee. Metode penelitian yang digunakan adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah pengguna aplikasi Shopee di Kota Batam pada tahun 2024, namun jumlah pastinya tidak diketahui. Sampel ditentukan menggunakan rumus Jacob Cohen, yang menghasilkan 204 responden yang dipilih melalui *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda untuk menguji kualitas data, asumsi klasik, pengaruh variabel, dan hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa promo gratis ongkir berkontribusi 36,2% terhadap *impulse buying*. *Fashion involvment* berkontribusi 1,8% terhadap *impulse buying*. *Shopping lifestyle* berkontribusi 59,0% terhadap *impulse buying*. Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengungkapkan bahwa promo gratis ongkos kirim, *fashion involvment* dan *shopping lifestyle* secara keseluruhan menjelaskan 61,6% variasi dalam *impulse buying*. Uji t dan uji F menunjukkan bahwa promo gratis ongkos kirim, *fashion involvment* dan *shopping lifestyle* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.

**Kata Kunci:** *Fashion Involvement, Impulse Buying, Promo Gratis Ongkos Kirim, Shopping Lifestyle.*

## **ABSTRACT**

*This research aims to analyze how free shipping promos, fashion involvement and shopping lifestyle influence impulse buying on Shopee e-commerce. The research method used is associative with a quantitative approach. The research population is Shopee application users in Batam City in 2024, but the exact number is unknown. The sample was determined using the Jacob Cohen formula, which resulted in 204 respondents selected through purposive sampling. Data were analyzed using multiple linear regression techniques to test data quality, classical assumptions, influence of variables and hypotheses. The analysis results show that the free shipping promo contributes 36.2% to impulse buying. Fashion involvement contributed 1.8% to impulse buying. Shopping lifestyle contributes 59.0% to impulse buying. Analysis of the coefficient of determination ( $R^2$ ) reveals that free shipping promos, fashion involvement and shopping lifestyle as a whole explain 61.6% of the variation in impulse buying. The  $t$  test and  $F$  test show that free shipping promos, fashion involvement and shopping lifestyle have a positive and significant influence on impulse buying.*

**Keywords:** *Fashion Involvement, Impulse Buying, Free Shipping Promo, Shopping Lifestyle.*

## KATA PENGANTAR

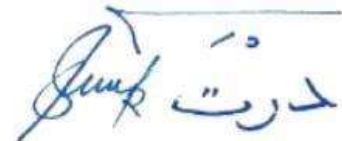
Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam, sekaligus pembimbing Skripsi.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
5. Pihak responden yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
7. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 12 Juli 2024



Derta Irmondo





---

**Universitas Putera Batam**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah .....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1 Secara Teoritis.....	10
1.6.2 Secara Praktis .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Teori.....	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2 <i>Teori Planned Behavior</i> .....	14
2.1.3 Promo Gratis Ongkos Kirim .....	15
2.1.3.1 Pengertian Promo Gratis Ongkos Kirim .....	15
2.1.3.2 Tujuan Promo Gratis Ongkos Kirim .....	16
2.1.3.3 Indikator Promo Gratis Ongkos Kirim.....	18
2.1.4 <i>Fashion Involvement</i> .....	19
2.1.4.1 Pengertian <i>Fashion Involvement</i> .....	19
2.1.4.2 Faktor <i>Fashion Involvement</i> .....	20
2.1.4.3 Indikator <i>Fashion Involvement</i> .....	22
2.1.5 <i>Shopping Lifestyle</i> .....	25
2.1.5.1 Pengertian <i>Shopping Lifestyle</i> .....	25
2.1.5.2 Faktor <i>Shopping Lifestyle</i> .....	26
2.1.5.3 Indikator <i>Shopping Lifestyle</i> .....	27
2.1.6 <i>Impulse Buying</i> .....	29
2.1.6.1 Pengertian <i>Impulse Buying</i> .....	29
2.1.6.2 Faktor <i>Impulse Buying</i> .....	30
2.1.6.3 Indikator <i>Impulse Buying</i> .....	32
2.2 Penelitian Terdahulu .....	34
2.3 Kerangka Pemikiran.....	36

2.3.1	Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	36
2.3.2	Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	37
2.3.3	Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	38
2.4	Hipotesis .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Jenis Penelitian .....	41
3.2	Sifat Penelitian .....	41
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian .....	42
3.3.1	Lokasi Penelitian .....	42
3.3.2	Periode Penelitian .....	42
3.4	Populasi dan Sampel .....	43
3.4.1	Populasi .....	43
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel .....	43
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i> .....	44
3.5	Sumber Data .....	45
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	46
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	47
3.7.1	Variabel Independen (X) .....	47
3.7.2	Variabel Dependen (Y) .....	48
3.8	Metode Analisis Data .....	49
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif .....	49
3.8.2	Uji Kualitas Data .....	50
3.8.2.1	Uji Validitas .....	50
3.8.2.2	Uji Reliabilitas .....	51
3.8.3	Uji Asumsi Klasik .....	52
3.8.3.1	Uji Normalitas .....	52
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas .....	53
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	54
3.8.4	Uji Pengaruh .....	55
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	55
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	56
3.9	Uji Hipotesis .....	57
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t .....	57
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F .....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	60
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden .....	60
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	61
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Menggunakan .....	63
4.3	Deskripsi Jawaban Responden .....	63
4.3.1	Deskriptif Promo Gratis Ongkos Kirim (X1) .....	64
4.3.2	Deskriptif <i>Fashion Involvement</i> (X2) .....	66
4.3.3	Deskriptif <i>Shopping Lifestyle</i> (X3) .....	67

4.3.4	Deskriptif <i>Impulse Buying</i> (Y) .....	69
4.4	Analisis Data .....	71
4.4.1	Uji Kualitas Data .....	71
4.4.1.1	Uji Validitas .....	71
4.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	74
4.4.2	Uji Asumsi Klasik .....	75
4.4.2.1	Uji Normalitas .....	75
4.4.2.2	Uji Multikolinearitas .....	78
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas .....	78
4.4.3	Uji Pengaruh.....	80
4.4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	80
4.4.3.2	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	81
4.5	Pengujian Hipotesis.....	82
4.5.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	82
4.6	Pembahasan .....	83
4.6.1	Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	83
4.6.2	Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	84
4.6.3	Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	85
4.7	Implikasi Hasil Penelitian .....	86
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Simpulan.....	89
5.2	Saran.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		
<b>Lampiran 1.</b> Pendukung Penelitian		
<b>Lampiran 2.</b> Daftar Riwayat Hidup		
<b>Lampiran 3.</b> Surat Keterangan Penelitian		

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 1.1</b> Keluhan Pengguna Shopee Terhadap Promo Gratis Ongkos Kirim..	2
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	39
<b>Gambar 4.1</b> Uji Normalitas Dengan Histogram .....	75
<b>Gambar 4.2</b> Uji Normalitas Dengan <i>Normal P-P Plot</i> .....	76
<b>Gambar 4.3</b> Uji Heteroskedastisitas .....	79

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1.1</b> Produk Terlaris di Shopee Tahun 2023 .....	4
<b>Tabel 1.2</b> <i>Top Brand Index</i> Situs Jual Beli <i>Online</i> .....	5
<b>Tabel 1.3</b> Jumlah Pengunjung Shopee Berdasarkan Kuartal.....	7
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	34
<b>Tabel 3.1</b> Jadwal Penelitian.....	42
<b>Tabel 3.2</b> Pemberian Skor Kusiner.....	47
<b>Tabel 3.3</b> Operasional Variabel.....	48
<b>Tabel 3.4</b> Kategori Rentang Skala.....	50
<b>Tabel 4.1</b> Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
<b>Tabel 4.2</b> Profil Responden Berdasarkan Usia.....	61
<b>Tabel 4.3</b> Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
<b>Tabel 4.4</b> Profil Responden Berdasarkan Jumlah Menggunakan.....	63
<b>Tabel 4.5</b> Rentang Skala.....	64
<b>Tabel 4.6</b> Deskriptif Promo Gratis Ongkos Kirim .....	64
<b>Tabel 4.7</b> Deskriptif <i>Fashion Involvement</i> .....	66
<b>Tabel 4.8</b> Deskriptif <i>Shopping Lifestyle</i> .....	67
<b>Tabel 4.9</b> Deskriptif <i>Impulse Buying</i> .....	69
<b>Tabel 4.10</b> Uji Validitas Promo Gratis Ongkos Kirim (X1) .....	71
<b>Tabel 4.11</b> Uji Validitas <i>Fashion Involvement</i> (X2).....	72
<b>Tabel 4.12</b> Uji Validitas <i>Shopping Lifestyle</i> (X3) .....	72
<b>Tabel 4.13</b> Uji Validitas <i>Impulse Buying</i> (Y).....	73
<b>Tabel 4.14</b> Uji Reliabilitas.....	74
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	77
<b>Tabel 4.16</b> Uji Multikolinearitas .....	78
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	80
<b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji Analisis Koefesien Determinasi ( $R^2$ ).....	81
<b>Tabel 4.19</b> Hasil Uji t (Parsial).....	82

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
<b>Rumus 3.1</b> Jacob Cohen .....	44
<b>Rumus 3.2</b> Rentang Skala .....	49
<b>Rumus 3.3</b> <i>Pearson Correlation</i> .....	51
<b>Rumus 3.4</b> <i>Alpha Crobach</i> .....	52
<b>Rumus 3.5</b> Regresi Linier Berganda .....	55
<b>Rumus 3.6</b> Koefisien Determinasi .....	57
<b>Rumus 3.7</b> Uji t .....	58
<b>Rumus 3.8</b> Uji f .....	59