

**PENGARUH *FLASH SALE* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF  
DI SHOPEE**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana  
(S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh :**

**Redemthus Grifito Salamanang**

**NPM: 200325341**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *FLASH SALE* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF DI SHOPEE**

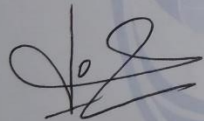
**Disusun oleh:**

**Redemthus Grifito Salamanang**

**NPM: 20 03 25341**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**



**Api Adyantari, S.A., M.B.A.**

**06 Juli 2024**

Skripsi

**PENGARUH *FLASH SALE* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF DI SHOPEE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Redemthus Grifito Salamanang**

**NPM: 20 03 25341**

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

pada tanggal 05 Agustus 2024

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

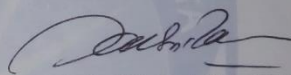
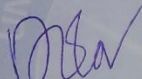
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S1)

Program Studi Manajemen

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

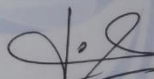
**Ketua Panitia Penguji**

**Anggota Penguji**



**Elisabeth Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph**

**Nadia Nila Sari, SE., MBA.**



**Api Adyantari, S.A., M.B.A**

**Yogyakarta, 05 Agustus 2024**

**Dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Wenefrida Mahestu Noviantra Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.**

**FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa keaslian skripsi yang saya susun dengan judul :

### **PENGARUH *FLASH SALE* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF DI SHOPEE**

benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Baik dari pernyataan ide, topik dan kutipan dari hasil karya orang lain, dituliskan dengan kaidah dan etika akademis dalam penulisan. Apabila di kemudian hari ditemukan sebagian atau seluruh hasil skripsi saya adalah plagiasi, maka saya bersedia menerima konsekuensi yang diberikan universitas terhadap diri saya.

Yogyakarta, 6 Juli 2024

Yang menyatakan



Redemthus Grifito Salamanang

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat, rahmat dan kasih-Nya, penulis dapat menyelesaikan dengan baik penulisan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Flash Sale* Terhadap Pembelian Impulsif di Shopee”. Penulisan skripsi ini menjadi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) pada program studi manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Kelancaran penulisan skripsi ini tentunya didorong oleh dukungan, bimbingan, bantuan dan doa dari berbagai pihak. Maka, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, karunia-Nya yang begitu besar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Api Adyantari S.A., M.B.A selaku dosen pembimbing penulis dalam meluangkan waktu, tenaga dan pikiran sehingga dengan bimbingan beliau, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini secara baik.
3. Keluarga penulis, papa, almarhum mama dan kedua abang penulis yang menjadi motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Mahasiswi dengan NIM 6102201144 yang selalu memberikan dukungan, semangat, doa dan perhatian yang tulus, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

5. Bapak/Ibu dosen dan para staf yang telah memberikan ilmu yang berarti selama perkuliahan saya di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
6. Teman-teman SMA penulis yang membantu dalam kelancaran penulisan skripsi ini.
7. Teman-teman MBB yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah berdinamika bersama penulis sejak perkuliahan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
8. Seluruh responden yang sudah berpartisipasi dan meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner skripsi saya ini.
9. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu dalam membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini dengan baik.

Penulis tentu menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak jauh dari kata sempurna sehingga masih banyak kekurangan di dalamnya. Oleh karena keterbatasan yang dimiliki penulis dalam menulis skripsi ini, penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun dalam perbaikan skripsi yang penulis teliti. Demikian yang dapat penulis sampaikan, terima kasih atas segala hal yang terkait dalam penulisan skripsi ini dan semoga skripsi dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak yang bersangkutan dalam penelitian skripsi ini.

Yogyakarta, 6 Juli 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Redemthus Grifito Salamanang', written in a cursive style.

Redemthus Grifito Salamanang

## **MOTTO**

**SUKSES ADALAH GAGAL SEMBILAN KALI DAN BANGKIT  
SEPULUH KALI  
(JON BON JOVI)**

“Jangan pernah menyesali keputusan yang sudah Anda ambil,  
karena pada saat itu itulah yang terbaik menurut Anda”

-Pidi Baiq-



## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	6
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	7
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	10
<b>2.1.1 <i>Stimulus – Organism – Response</i></b> .....	10
<b>2.1.2 <i>Flash Sale</i></b> .....	11
<b>2.1.3 Kelangkaan <i>Flash Sale</i></b> .....	12
<b>2.1.4 Karakteristik <i>Flash Sale</i></b> .....	13
<b>2.1.5 Pembelian Impulsif</b> .....	14
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	15
<b>2.3 Pengembangan Hipotesis</b> .....	25
<b>2.4 Kerangka Penelitian</b> .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	34
<b>3.1 Lingkup Penelitian</b> .....	34
<b>3.2 Metode <i>Sampling</i> dan Teknik Pengambilan Data</b> .....	35
<b>3.3 Definisi Operasional</b> .....	36
<b>3.4 Pengukuran Variabel</b> .....	41

3.5 Analisis Statistik Deskriptif.....	41
3.6 Teknik Analisis SEM-PLS.....	42
3.6.1 Model Pengukuran ( <i>Measurement Model</i> atau <i>Outer Model</i> ) .....	42
3.6.2 Model Struktural ( <i>Structural Model</i> atau <i>Inner Model</i> ) .....	43
3.7 Uji Hipotesis.....	44
<b>BAB IV HASIL &amp; PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
4.1 Profil Responden .....	45
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	49
4.3 Analisis <i>Outer Model</i> .....	62
4.3.1 Uji Validitas Konvergen dan Reliabilitas .....	62
4.3.2 Uji Validitas Diskriminan .....	72
4.4 Analisis <i>Inner Model</i> .....	74
4.5 Uji Hipotesis.....	76
4.6 Pembahasan.....	82
4.6.1 Kelangkaan Jumlah yang Terbatas Terhadap Sikap Terhadap <i>Flash Sale</i> .....	82
4.6.2 Kelangkaan Jumlah yang Terbatas Terhadap <i>Arousal</i> .....	83
4.6.3 Kelangkaan Waktu yang Terbatas Terhadap Sikap Terhadap <i>Flash Sale</i> .....	83
4.6.4 Kelangkaan Waktu yang Terbatas Terhadap <i>Arousal</i> .....	84
4.6.5 Informasi Terhadap Sikap Terhadap <i>Flash Sale</i> .....	85
4.6.6 Informasi Terhadap <i>Arousal</i> .....	86
4.6.7 Informasi Terhadap Kesenangan .....	86
4.6.8 Visualisasi Terhadap Sikap Terhadap <i>Flash Sale</i> .....	87
4.6.9 Visualisasi Terhadap <i>Arousal</i> .....	88
4.6.10 Visualisasi Terhadap Kesenangan.....	88
4.6.11 <i>Entertainment</i> Terhadap Sikap Terhadap <i>Flash Sale</i> .....	89
4.6.12 <i>Entertainment</i> Terhadap <i>Arousal</i> .....	89
4.6.13 <i>Entertainment</i> Terhadap Kesenangan .....	90
4.6.14 Manfaat Ekonomi Terhadap Sikap Terhadap <i>Flash Sale</i> .....	91

4.6.15 Manfaat Ekonomi Terhadap <i>Arousal</i> .....	91
4.6.16 Manfaat Ekonomi Terhadap Kesenangan.....	92
4.6.17 <i>Arousal</i> Terhadap Kesenangan.....	92
4.6.18 Sikap Terhadap <i>Flash Sale</i> Terhadap Pembelian Impulsif.....	93
4.6.19 <i>Arousal</i> Terhadap Pembelian Impulsif .....	94
4.6.20 Kesenangan Terhadap Pembelian Impulsif .....	95
<b>BAB V KESIMPULAN &amp; SARAN .....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan .....	96
5.1.1 Analisis Demografi.....	96
5.1.2 Analisis Statistik Demografi.....	96
5.1.3 Hasil Uji Hipotesis.....	97
5.2 Implikasi Manajerial .....	101
5.3 Keterbatasan.....	102
5.4 Saran .....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>117</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	36
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	46
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	47
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....	48
Tabel 4. 5 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kelangkaan Jumlah yang Terbatas .....	49
Tabel 4. 6 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kelangkaan Waktu yang Terbatas .....	50
Tabel 4. 7 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Informasi .....	52
Tabel 4. 8 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Visualisasi.....	53
Tabel 4. 9 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Entertainment.....	54
Tabel 4. 10 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Manfaat Ekonomi.....	55
Tabel 4. 11 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Sikap Terhadap Flash Sale...	57
Tabel 4. 12 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Arousal .....	58
Tabel 4. 13 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kesenangan .....	59
Tabel 4. 14 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Pembelian Impulsif .....	60
Tabel 4. 15 Outer Loadings, Cronbach's Alpha, Composite Reliability, AVE ...	62
Tabel 4. 16 Cross Loading .....	72
Tabel 4. 17 R Square.....	74
Tabel 4. 18 Uji Hipotesis.....	77

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1 Model Penelitian .....</b>	<b>33</b>
<b>Gambar 4. 1 Uji Hipotesis .....</b>	<b>76</b>

**PENGARUH *FLASH SALE* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF  
DI SHOPEE**

**Disusun oleh:**

**REDEMTHUS GRIFITO SALAMANANG**

**NPM: 20 03 25341**

**Pembimbing: Api Adyantari S.A., M.B.A**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *flash sale* terhadap pembelian impulsif di Shopee, yang mana Shopee menjadi objek dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar secara *online* menggunakan *google form* untuk mendapatkan hasil dari penelitian ini, maka penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini akan menggunakan SEM-PLS untuk analisis data. Teknik *purposive sampling* digunakan agar penelitian skripsi ini bisa memenuhi kriteria responden yang diinginkan. Terdapat 202 responden yang didapat dari penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *arousal* memiliki pengaruh yang kuat terhadap pembelian impulsif.

**Kata kunci:** *flash sale*, pembelian impulsif, kelangkaan dalam *flash sale*, karakteristik *flash sale*, sikap terhadap *flash sale*, *arousal*, kesenangan