

**PENGARUH CITRA MEREK, POTONGAN HARGA DAN
KONTROL DIRI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA
PRODUK SCARLETT**

(Studi Kasus Pada *Followers @Scarlett Whitening Official Shop* di
Shopee)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen



Oleh

Depita Mardiana Putri

202511002

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI BEKASI

2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Depita Mardiana Putri
NIM : 202511002
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Potongan Harga dan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Produk Scarlett (Studi Kasus *Followers @Scarlett Whitening Official Shop* di Shopee)

Skripsi tersebut telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada Program Studi Strata Satu Manajemen.

Bekasi, 16 Agustus 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Sofia Maulida, SE., MM
NIDN/NIDK: 0309027801

Dosen Pembimbing



Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom
NIDN : 0303045901

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK, POTONGAN HARGA DAN
KONTROL DIRI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA
PRODUK SCARLETT**

(Studi Kasus Pada Followers @Scarlett Whitening Official Shop di Shopee)

Oleh

Depita Mardiana Putri

202511002

Skripsi

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana
Manajemen.

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera di bawah ini
Bekasi, 16 Agustus 2024

Ketua Tim Penguji



Dr. Eddy Setvanto., S.Sos., M.Si

NIDN: 0325107402

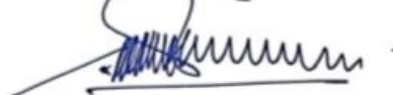
Anggota Tim Penguji I



Dr. Darwin Hasiholan., S.E., M.Si

NIDN: 0328037401

Anggota Tim Penguji II



Drs. Widavatmoko., MM., M.Ikom

NIDN : 0303045901

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS
PROGRAM STUDI SI MANAJEMEN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 16 Agustus 2024

Yang Membuat,



Depita Mardiana Putri

NIM: 202511002

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Depita Mardiana Putri
NIM : 202511002
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul "*Pengaruh Citra Merek, Potongan Harga dan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Produk Scarlett (Studi Kasus Followers @Scarlett whitening official shop di Shopee)*"

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti** berhak menyimpan, mengalih-media atau formatkan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikannya diinternet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 16 Agustus 2024

Yang Membuat,



Depita Mardiana Putri

NIM: 202511002

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, potongan harga dan kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada produk Scarlett di Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah *Followers @Scarlett whitening official shop* di Shopee. Jumlah populasi pada penelitian sebanyak 5,3 juta sedangkan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria responden yaitu usia responden 15-35 tahun, responden yang sudah menjadi *Followers* Shopee *@Scarlett whitening official shop*, dan sudah pernah melakukan pembelian produk Scarlett minimal sekali. Pengolahan data menggunakan program SPSS ver. 26. Hasil penelitian uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa citra merek dan potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada produk Scarlett di Shopee, sedangkan kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada produk Scarlett di Shopee. Dalam uji parsial variabel bebas yang dominan mempengaruhi pembelian impulsif yaitu citra merek karena memiliki nilai beta terbesar yaitu 0,467 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil uji simultan (Uji f) menunjukkan bahwa citra merek, potongan harga dan kontrol diri secara simultan mempengaruhi pembelian impulsif pada produk Scarlett di Shopee.

Kata Kunci: Citra Merek, Potongan Harga, Kontrol Diri dan Pembelian Impulsif

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of brand image, price discounts and self-control on impulsive purchases of Scarlett products on Shopee. The population in this study were followers of @Scarlett whitening official shop on Shopee. The total population in the study was 5.3 million while the sample size was 100 respondents. The sampling technique uses purposive sampling using respondent criteria, namely respondent age 15-35 years, respondents who have become followers of Shopee @Scarlett whitening official shop, and have purchased Scarlett products at least once. Data processing uses the SPSS ver. 26. The results of the partial test research (t test) show that brand image and price discounts have a positive and significant effect on impulsive purchases of Scarlett products at Shopee, while self-control has a negative and significant effect on impulse purchases of Scarlett products at Shopee. In the partial test, the independent variable that dominantly influences impulse buying is brand image because it has the largest beta value, namely 0.467 and a significance value of 0.000 which is smaller than 0.05. Simultaneous test results (f test) show that brand image, price discounts and self-control simultaneously influence impulse purchases of Scarlett products on Shopee

Keywords: *Brand Image, Price Discounts, Self-Control and Impulsive Buying.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Potongan Harga dan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Produk Scarlett (Studi Kasus Pada *Followers @Scarlett Whitening Official Shop* di Shopee)”

Tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk Memenuhi salah satu syarat kelulusan Strata pendidikan S1 Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Dalam penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, kritik, saran, dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom. selaku ketua STIE Tri Bhakti dan Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta masukan dalam penyusunan skripsi.
2. Ibu Dr. Sofia Maulida, SE., MM. selaku ketua Program Studi Manajemen STIE Tri Bhakti
3. Bapak Drs. Tigor Hutapea, ME selaku dosen Penasihat Akademik yang memberikan arahan dan nasihat selama masa perkuliahan
4. Bapak Dr. Eddy Setyanto., S.Sos., M.Si selaku ketua penguji yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta masukan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Darwin Hasiholan., S.E., M.Si selaku dosen penguji pertama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta masukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Superhero dan panutanku, Ayahanda Cartim dan Ibunda Titin Nurhayatin, terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, mendidik penulis,

memberikan dukungan, memberikan kasih sayang dan cintanya hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

7. Kepada saudaraku yang tak kalah penting kehadirannya Adik Alita Laudia Putri dan Adik Alfarizqi Nazeef Lesmana. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini baik tenaga, materi maupun waktu serta menghibur dengan tingkah lucu.
8. Segenap Bapak/Ibu dosen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya, yang telah membimbing penulis selama menempuh Pendidikan di STIE Tri Bhakti.
9. Untuk sahabatku, Resza, Septia dan Apria, terimakasih telah mendukung, menyemangati dan menghibur penulis disaat penulis menghadapi kesulitan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Untuk teman-temanku tercinta, Fadilah, Nabila, Nia, Triyana, Nova dan teman teman lainnya angkatan manajemen 2020. Terimakasih karena kita semua telah berjuang bersama-sama.
11. Terimakasih kepada diri saya sendiri, Depita karena mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan sebaik mungkin dan semaksimal mungkin, ini merupakan salah satu pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis serta pembaca pada umumnya dan menjadi bahan masukan dalam dunia Pendidikan.

Bekasi, 16 Agustus 2024



Depita Mardiana Putri

NIM: 202511002

DAFTAR ISI

| | |
|---|--------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS | iv |
| SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | v |
| ABSTRAK | vi |
| <i>ABSTRACT</i> | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR GAMBAR | xvii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 6 |
| 1.3 Perumusan Masalah | 7 |
| 1.4 Batasan Penelitian..... | 7 |
| 1.5 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.6 Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.7 Sistematika Penulisan | 9 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 10 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 10 |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran | 10 |

| | | |
|---------|---|----|
| 2.1.1.1 | Definisi Manajemen Pemasaran | 10 |
| 2.1.1.2 | Fungsi Manajemen Pemasaran | 11 |
| 2.1.1.3 | Tujuan Manajemen Pemasaran | 12 |
| 2.1.2 | <i>E-commerce</i> | 13 |
| 2.1.2.1 | Definisi E-commerce | 13 |
| 2.1.2.2 | Faktor Pendorong Penggunaan E-commerce Dalam Bisnis | 13 |
| 2.1.2.3 | Bentuk-Bentuk E-commerce | 15 |
| 2.1.3 | Perilaku Konsumen | 16 |
| 2.1.3.1 | Definisi Perilaku Konsumen | 16 |
| 2.1.3.2 | Bagian-Bagian Perilaku Konsumen | 16 |
| 2.1.3.3 | Faktor-Faktor Perilaku Konsumen | 17 |
| 2.1.3.4 | Model Perilaku Konsumen | 18 |
| 2.1.4 | Pembelian Impulsif | 20 |
| 2.1.4.1 | Definisi Pembelian Impulsif | 20 |
| 2.1.4.2 | Tipe-Tipe Pembelian Impulsif | 20 |
| 2.1.4.3 | Dimensi Pembelian Impulsif | 21 |
| 2.1.4.4 | Indikator Pembelian Impulsif | 22 |
| 2.1.4.5 | Faktor-Faktor Pembelian Impulsif | 23 |
| 2.1.5 | Citra Merek | 24 |
| 2.1.5.1 | Definisi Citra Merek | 24 |
| 2.1.5.2 | Dimensi Citra Merek | 24 |
| 2.1.5.3 | Indikator Citra Merek | 25 |
| 2.1.6 | Potongan Harga | 27 |
| 2.1.6.1 | Definisi Potongan Harga | 27 |
| 2.1.6.2 | Dimensi Potongan Harga | 27 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.6.3 Indikator Potongan Harga..... | 28 |
| 2.1.7 Kontrol Diri..... | 28 |
| 2.1.7.1 Definisi Kontrol Diri | 28 |
| 2.1.7.2 Aspek-Aspek Kontrol Diri..... | 29 |
| 2.1.7.3 Indikator Kontrol Diri..... | 30 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 31 |
| 2.3 Kerangka Penelitian | 35 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian | 35 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 37 |
| 3.1 Desain Penelitian | 37 |
| 3.1.1 Unit Analisis..... | 37 |
| 3.1.2 Tujuan Penelitian | 37 |
| 3.1.3 Metodologi Penelitian..... | 37 |
| 3.1.4 Strategi Penelitian | 37 |
| 3.1.5 Keterlibatan Penelitian..... | 38 |
| 3.1.6 Latar Penelitian | 38 |
| 3.1.7 Waktu Pelaksanaan | 38 |
| 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran..... | 38 |
| 3.2.1 Variabel Terikat (Dependen) | 38 |
| 3.2.2 Variabel Bebas (Independen) | 39 |
| 3.3 Populasi dan Sampel..... | 41 |
| 3.3.1 Populasi..... | 41 |
| 3.3.2 Sampel..... | 41 |
| 3.4 Sumber Data..... | 43 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 44 |

| | |
|--|-----------|
| 3.6 Teknik Analisis Data | 44 |
| 3.6.1 Uji Instrument Penelitian | 44 |
| 3.6.2 Uji Asumsi Klasik | 45 |
| 3.6.3 Uji Analisis Data | 46 |
| 3.6.4 Uji Hipotesis | 47 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 49 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 49 |
| 4.1.1 Sejarah Scarlett | 49 |
| 4.1.2 Logo Scarlett..... | 50 |
| 4.1.3 Produk-Produk Scarlett..... | 50 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 53 |
| 4.2.1 Karakteristik Responden..... | 53 |
| 4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 53 |
| 4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 54 |
| 4.2.1.3 Karakteristik Berdasarkan Status | 54 |
| 4.2.2 Uji Instrumen | 55 |
| 4.2.2.1 Uji Validitas | 55 |
| 4.2.2.2 Uji Reliabilitas..... | 59 |
| 4.2.3 Uji Asumsi Klasik | 61 |
| 4.2.3.1 Uji Normalitas | 61 |
| 4.2.3.2 Uji Multikolinearitas | 62 |
| 4.2.3.3 Uji Linearitas | 63 |
| 4.2.3.4 Uji Heterokedastisitas..... | 65 |
| 4.2.4 Uji Regresi Linier Berganda | 66 |
| 4.2.5 Uji Hipotesis | 68 |

| | |
|--|-----------|
| 4.2.5.1 Uji T..... | 68 |
| 4.2.5.2 Uji F..... | 69 |
| 4.2.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 70 |
| 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian | 70 |
| 4.3.1 Pembahasan Hasil Tanggapan Kuisisioner | 71 |
| 4.3.2 Pembahasan Hasil Penelitian | 76 |
| BAB V SIMPULAN | 80 |
| 5.1 Simpulan | 80 |
| 5.2 Saran | 81 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 83 |
| LAMPIRAN..... | 88 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Brand Kecantikan Terkenal di Shopee Tahun 2023 | 3 |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... | 31 |
| Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Y..... | 39 |
| Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel X ₁ | 40 |
| Tabel 3. 3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel X ₂ | 40 |
| Tabel 3. 4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel X ₃ | 41 |
| Tabel 3. 5 Skor Penelitian Kuisisioner..... | 44 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 53 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 54 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status..... | 55 |
| Tabel 4. 4 Uji Validitas Pembelian Impulsif | 56 |
| Tabel 4. 5 Uji Validitas Citra Merek | 57 |
| Tabel 4. 6 Uji Validitas Potongan Harga | 58 |
| Tabel 4. 7 Uji Validitas Kontrol Diri | 58 |
| Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Pembelian Impulsif (Y)..... | 59 |
| Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Citra Merek | 60 |
| Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Potongan Harga..... | 60 |
| Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Kontrol Diri | 61 |
| Tabel 4. 12 Uji Normalitas | 62 |
| Tabel 4. 13 Uji Multikolinearitas | 63 |
| Tabel 4. 14 Uji Linearitas Citra Merek Terhadap Pembelian Impulsif | 64 |
| Tabel 4. 15 Uji Linearitas Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif..... | 64 |
| Tabel 4. 16 Uji Linearitas Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif..... | 65 |
| Tabel 4. 17 Uji Heterokedastisitas | 66 |
| Tabel 4. 18 Uji Regresi Linier Berganda..... | 66 |
| Tabel 4. 19 Uji T | 68 |
| Tabel 4. 20 Uji F..... | 69 |
| Tabel 4. 21 Uji Koefisien Determinasi (R ²)..... | 70 |

| | |
|---|----|
| Tabel 4. 22 Hasil Tanggapan Kuisisioner Pembelian Impulsif..... | 71 |
| Tabel 4. 23 Hasil Tanggapan Kuisisioner Citra Merek..... | 72 |
| Tabel 4. 24 Hasil Tanggapan Kuisisioner Potongan Harga | 74 |
| Tabel 4. 25 Hasil Tanggapan Kuisisioner Kontrol Diri | 75 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Pengunjung <i>E-Commerce</i> Terbanyak Tahun 2023 | 2 |
| Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian | 35 |
| Gambar 4. 1 Logo Scarlett | 50 |
| Gambar 4. 2 Produk <i>Body Scrub</i> , <i>Body Shower</i> dan <i>Body Lotion</i> | 50 |
| Gambar 4. 3 Produk <i>Facecare</i> | 51 |
| Gambar 4. 4 Produk <i>Haircare</i> | 53 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 Hasil Uji Peneliiian..... | 89 |
| Lampiran 2 Kuisiener | 103 |
| Lampiran 3 Tabulasi Hasil Kuisiener..... | 108 |
| Lampiran 4 Jumlah Populasi & Dokumentasi | 116 |
| Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup..... | 118 |
| Lampiran 6 Plagiasi..... | 119 |