

**PENGARUH PROMOSI DAN *PAYLATER* TERHADAP  
*IMPULSE BUYING* GENERASI Z DALAM  
BERBELANJA DI SHOPEE**

(Studi pada Pengguna Shopee *Paylater* di Bekasi)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen



Oleh

Ratna Yuliana

212611060

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI  
BEKASI, 2025**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ratna Yuliana  
NIM : 212611060  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan *Paylater* Terhadap *Impulse Buying* Generasi Z dalam Berbelanja Di Shopee (Studi pada Pengguna *Shopeepaylater* di Bekasi)

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.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing



Dr. Sofia Maulida, SE., MM

NIDN : 0309027801



Dr. Darwin Hasiholan, SE., Msi

NIDN : 0328037401

# LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PROMOSI DAN *PAYLATER* TERHADAP *IMPULSE*  
*BUYING* GENERASI Z DALAM BERBELANJA DI SHOPEE  
(Studi pada Pengguna *Shopeepaylater* di Bekasi)

OLEH  
RATNA YULIANA  
212611060

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian  
Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada Tanggal seperti tertera dibawah ini

Bekasi, 19 Agustus 2025  
Ketua Tim Penguji



Drs. Tigor Hutapea, ME.  
NIDN: 0327096203

Anggota Tim Penguji 1



Irvan FC Oentoeng, SE., MM  
NIDN: 041118204

Anggota Tim Penguji 2



Dr. Darwin Hasiholan, SE., Msi  
NIDN : 0328037401

# **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS**

## **PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatka 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, 19 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan



**Ratna Yuliana**

**NIM: 212611060**

## SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ratna Yuliana  
NIM : 212611060  
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 Promosi dan Paylater Terhadap Impulse Buying Generasi Z dalam Berbelanja Di Shopee (Studi pada Pengguna Shopeepaylater di Bekasi)**", beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini Pihak Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasinya di internet 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 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, 19 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan



**Ratna Yuliana**

**NIM: 212611060**

## **HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

Dua kali Allah ulangi “Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan” (Q.S Al-Insyirah: 5-6)

### **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan kuasa-nya, mengizinkan langkah ini sampai pada titik pencapaian. Shalawat serta salam kita limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, pembawa cahaya kebenaran yang telah membimbing umat manusia dari zaman kebodohan menuju penuh ilmu dan petunjuk. Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, ku persembahkan karya sederhana ini kepada dua sosok terhebat dalam hidupku, Papa dan Mama tercinta. Segala pencapaian ini tidak akan pernah ada tanpa pengorbanan, dukungan dan doa kalian. Skripsi ini mungkin hanya selembat karya ilmiah, tetapi bagi diriku, ini adalah bukti terima kasihku kepada kalian yang tak pernah mampu terucap lewat kata.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi dan *Paylater* terhadap *Impluse Buying* Generasi Z dalam berbelanja di Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee *paylater*. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan aplikasi pengolah data *IBM SPSS Statistics 25*. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus lemeshow dengan kriteria responden yaitu usia responden 17-28 tahun, responden pengguna Shopee yang sudah pernah menggunakan *paylater* minimal sekali, dan bedomisili di Bekasi. Hasil penelitian uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa promosi *paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* di Shopee. Dalam uji parsial variabel bebas yang dominan mempengaruhi pembelian impulsif yaitu promosi karena memiliki nilai beta terbesar yaitu 0,601 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil uji simultan (uji f) menunjukkan bahwa promosi dan *paylater* secara simultan mempengaruhi *impulse buying* dengan sig 0,000 < 0,05.

**Kata Kunci :** Promosi, *Paylater*, *Impulse Buying*

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of Promotion and Paylater on Impulse Buying among Generation Z when shopping on Shopee. The population in this study consists of Shopee Paylater users. This research uses a quantitative research design and the data was processed using IBM SPSS Statistics 25. The sample size consists of 100 respondents. The sampling technique uses the Lemeshow formula with the following respondent criteria: aged between 17–28 years old, have used Shopee Paylater at least once, and reside in Bekasi. The results of the partial test (t-test) show that both promotion and paylater have a positive and significant effect on impulse buying on Shopee. In the partial test, the dominant independent variable influencing impulse buying is promotion, as it has the highest beta value of 0.601 and a significance value of 0.000, which is less than 0.05. The results of the simultaneous test (f-test) show that promotion and paylater simultaneously influence impulse buying, with a significance value of  $0.000 < 0.05$ .*

**Keywords:** *Promotion, Paylater, Impulse Buying*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang maha pengasih lagi maha penyayang atas limpahan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi dan *Paylater* Terhadap *Impulse Buying* Generasi Z Dalam Berbelanja Di Shopee (Studi pada Pengguna *Shopeepaylater* di Bekasi)”. Tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk Memenuhi salah satu syarat kelulusan Strata pendidikan S-1 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.
2. Ibu Dr. Sofia Maulida, SE., MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. Bapak Dr. Darwin Hasiholan, SE., M.Si. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar memberikan arahan, masukan serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Bimbingan dan ilmu yang Bapak berikan sangat berarti bagi penulis.
4. Bapak Ir. Prillia Haliawan, MM., CQAP. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan serta masukan selama masa studi.
5. Orang tua penulis, Bapak Muhammad Hobir dan Ibu Nurul Aeni yang selalu menjadi sumber kekuatan dalam hidup penulis. Terima kasih atas doa yang tiada henti, kasih sayang yang tulus, serta dukungan moril ataupun materiil yang telah diberikan selama ini.
6. Kakak penulis Rian Hidayat, terima kasih telah menjadi teman diskusi dalam menjalani proses penyusunan skripsi ini.

7. Segenap Bapak/Ibu Dosen yang telah mengajar penulis selama masa studi, penulis mengucapkan terima kasih atas ilmu, bimbingan, dan dedikasi yang diberikan.
8. Sepupu penulis Riska Mala, terima kasih atas dukungan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman penulis, Genoveva, Rika, Esra. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta semangat yang diberikan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
10. Teman-teman Manajemen angkatan 2021, terima kasih atas kebersamaannya.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi kontribusi yang berarti dalam pengembangan ilmu, khususnya di bidang Manajemen.

Bekasi, 19 Agustus 2025



**Ratna Yuliana**

**NIM: 212611060**

## DAFTAR ISI

|                                                                                                 |             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>                                                         | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                                                                  | <b>ii</b>   |
| <b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....</b>                                               | <b>iii</b>  |
| <b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH<br/>UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b> | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>                                                      | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                                                            | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                                                           | <b>vii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                                                      | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                                          | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                                                       | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                                                       | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                                                    | <b>xv</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                                                   | <b>1</b>    |
| 1.1    Latar Belakang .....                                                                     | 1           |
| 1.2    Identifikasi Masalah .....                                                               | 6           |
| 1.3    Batasan Penelitian .....                                                                 | 6           |
| 1.4    Perumusan Masalah.....                                                                   | 7           |
| 1.5    Tujuan Penelitian.....                                                                   | 7           |
| 1.6    Manfaat Penelitian.....                                                                  | 7           |
| 1.7    Sistematika Penelitian .....                                                             | 8           |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>                                                              | <b>10</b>   |
| 2.1    Landasan Teori .....                                                                     | 10          |
| 2.1.1    Pemasaran .....                                                                        | 10          |
| 2.1.2    Manajemen Pemasaran.....                                                               | 11          |
| 2.1.3    E-Commerce .....                                                                       | 13          |
| 2.1.4    Perilaku Konsumen .....                                                                | 14          |
| 2.1.5 <i>Impulse Buying</i> .....                                                               | 15          |

|                                        |                                          |           |
|----------------------------------------|------------------------------------------|-----------|
| 2.1.6                                  | Promosi .....                            | 19        |
| 2.1.7                                  | <i>PayLater</i> .....                    | 21        |
| 2.2                                    | Penelitian Terdahulu.....                | 23        |
| 2.3                                    | Kerangka Penelitian .....                | 25        |
| 2.4                                    | Hipotesis Penelitian.....                | 26        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b> |                                          | <b>27</b> |
| 3.1                                    | Desain Penelitian .....                  | 27        |
| 3.1.1                                  | Tujuan Penelitian .....                  | 27        |
| 3.1.2                                  | Paradigma Penelitian.....                | 27        |
| 3.1.3                                  | Metodologi Penelitian .....              | 27        |
| 3.1.4                                  | Strategi Penelitian .....                | 27        |
| 3.1.5                                  | Unit Analisis .....                      | 28        |
| 3.1.6                                  | Keterlibatan Penelitian.....             | 28        |
| 3.1.7                                  | Latar Penelitian .....                   | 28        |
| 3.1.8                                  | Waktu Pelaksanaan .....                  | 28        |
| 3.2                                    | Definisi Operasional dan Pengukuran..... | 29        |
| 3.2.1                                  | Variabel Terikat (Dependen).....         | 30        |
| 3.2.2                                  | Variabel Bebas (Independen).....         | 30        |
| 3.3                                    | Populasi dan Sampel .....                | 32        |
| 3.3.1                                  | Populasi.....                            | 32        |
| 3.3.2                                  | Sampel.....                              | 32        |
| 3.4                                    | Sumber Data .....                        | 33        |
| 3.4.1                                  | Data Primer .....                        | 33        |
| 3.4.2                                  | Data Sekunder .....                      | 34        |
| 3.5                                    | Teknik Pengumpulan Data .....            | 34        |
| 3.6                                    | Teknik Analisis Data .....               | 35        |
| 3.6.1                                  | Uji Instrumen Penelitian .....           | 35        |
| 3.6.2                                  | Uji Asumsi Klasik.....                   | 35        |
| 3.6.3                                  | Uji Analisis Regresi Berganda.....       | 37        |
| 3.6.4                                  | Uji Hipotesis .....                      | 37        |

|                                                     |           |
|-----------------------------------------------------|-----------|
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>            | <b>39</b> |
| 4.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....         | 39        |
| 4.1.1    Sejarah Singkat Shopee.....                | 39        |
| 4.1.2    Logo Shopee .....                          | 41        |
| 4.2    Hasil Penelitian.....                        | 41        |
| 4.2.1    Karakteristik Responden .....              | 41        |
| 4.2.2    Uji Instrumen .....                        | 43        |
| 4.2.3    Uji Asumsi Klasik.....                     | 47        |
| 4.2.4    Uji Regresi Linier Berganda .....          | 50        |
| 4.2.5    Uji Hipotesis .....                        | 51        |
| 4.3    Pembahasan Hasil Penelitian.....             | 53        |
| 4.3.1    Pembahasan Hasil Tanggapan Kuesioner ..... | 54        |
| 4.3.2    Pembahasan Hasil Penelitian .....          | 57        |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>                | <b>61</b> |
| 5.1    Simpulan.....                                | 61        |
| 5.2    Saran .....                                  | 62        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                          | <b>64</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....                                           | 23 |
| Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Y .....                 | 30 |
| Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel X1 .....                | 31 |
| Tabel 3. 3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel X2 .....                | 31 |
| Tabel 3. 4 Alternatif Jawaban dengan skala likert .....                         | 34 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....              | 41 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                        | 42 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....                   | 42 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status .....                     | 43 |
| Tabel 4. 5 Uji Validitas Variabel Promosi (X1) .....                            | 43 |
| Tabel 4. 6 Uji Validitas Variabel <i>Paylater</i> (X2).....                     | 44 |
| Tabel 4. 7 Uji Validitas Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y).....                | 45 |
| Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X1).....                          | 45 |
| Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Variabel <i>Paylater</i> (X2) .....                 | 46 |
| Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y) .....           | 46 |
| Tabel 4. 11 Uji Normalitas.....                                                 | 47 |
| Tabel 4. 12 Uji Multikolinearitas .....                                         | 48 |
| Tabel 4. 13 Uji Linearitas Promosi Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....         | 48 |
| Tabel 4. 14 Uji Linearitas <i>Paylater</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> ..... | 49 |
| Tabel 4. 15 Uji Heteroskedastisitas.....                                        | 49 |
| Tabel 4. 16 Uji Regresi Linier Berganda .....                                   | 50 |
| Tabel 4. 17 Uji T .....                                                         | 51 |
| Tabel 4. 18 Uji F .....                                                         | 52 |
| Tabel 4. 19 Uji Koefisien Determinasi .....                                     | 53 |
| Tabel 4. 20 Hasil Tanggapan Kuesioner Promosi (X1) .....                        | 54 |
| Tabel 4. 21 Hasil Tanggapan Kuesioner <i>Paylater</i> (X2).....                 | 55 |
| Tabel 4. 22 Hasil Tanggapan Kuesioner <i>Impulse Buying</i> (Y) .....           | 56 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Proyeksi Pertumbuhan <i>E-Commerce</i> 2024.....         | 1  |
| Gambar 1. 2 Jumlah Kunjungan Bulanan ke Situs Shopee Indonesia ..... | 2  |
| Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian .....                                | 25 |
| Gambar 4. 1 Logo Perusahaan Shopee .....                             | 41 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1 Hasil Pengolahan Data .....                    | 69 |
| Lampiran 2 Kuesioner.....                                 | 76 |
| Lampiran 3 Daftar Populasi atau Sampel .....              | 79 |
| Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup (CV) .....                | 85 |
| Lampiran 5 Formulir Saran dan Perbaikan Tugas Akhir ..... | 86 |
| Lampiran 6 Kartu Konsultasi Tugas Akhir.....              | 87 |
| Lampiran 7 Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....           | 89 |
| Lampiran 8 Hasil Cek Plagiasi.....                        | 90 |