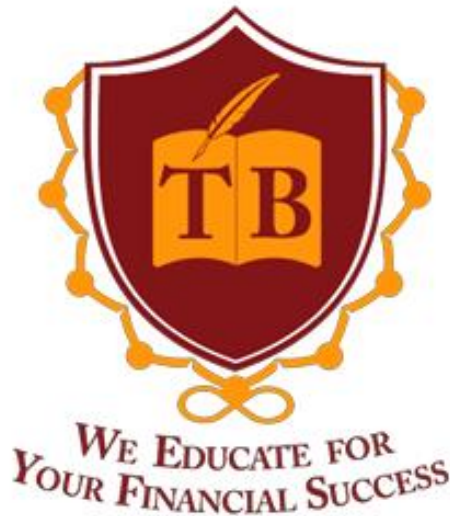


**PENGARUH SHOPEE *PAYLATER*, PROMO TANGGAL
KEMBAR, DAN PEMBAYARAN *CASH ON DELIVERY* (COD)
TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* (STUDI KASUS
PENGUNA SHOPEE DI KOTA BEKASI)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen



Oleh

Muhamad Ulumudin

212611037

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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Muhamad Ulumudin
Nomor Induk Mahasiswa : 212611037
Program Studi : SI Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Shopee *Paylater*, Promo Tanggal Kembar dan Pembayaran *Cash on Delivery* (COD) terhadap *Impulsive Buying* (Studi Kasus Pengguna Shopee di Kota 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,

Wakil Ketua 1



Dr. Sofia Maulida., SE., MM

NIDN/NIDK 030927801

Dosen Pembimbing



Dr. Sofia Maulida., SE., MM

NIDN/NIDK 030927801

LEMBAH PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI

"PENGARUH SHOPEE *PAYLATER*, PROMO TANGGAL KEMBAR, DAN
PEMBAYARAN *CASH ON DELIVERY* (COD) TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
(STUDI KASUS PENGGUNA SHOPEE DI KOTA BEKASI)"

OLEH

MUHAMAD ULUMUDIN

212611037

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian

Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen/Akuntansi

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada Tanggal seperti tertera di bawah ini

Bekasi, 27 Agustus 2025

Ketua Penguji



Drs. Widayatmoko, M.M., M.Ikom

Anggota Penguji 1



Irvan F.C. Oentoeng, S.E., M.M

Anggota Penguji 2



Dr. Sofia Maulida, S.E., M.M

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 gelara 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, 30 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Muhamad Ulumudin

NIM 212611037

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKDEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhamad Ulumudin
NIM : 212611037
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti
Program Studi : S1 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 Shopee Paylater, Promo Tanggal Kembar, dan Pembayaran *Cash on Delivery* terhadap *Impulsive Buying* (Studi Kasus Pengguna Shopee di Kota Bekasi)"

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 mempublikasikan nya 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 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, 30 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Muhamad Ulumudin

NIM 212611037

MOTTO

"Kita tidak bisa mengendalikan apa yang terjadi di luar diri kita, tapi kita bisa mengendalikan bagaimana kita meresponsnya."

— Filosofi Teras, Henry Manampiring

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Shopee PayLater, promo tanggal kembar, dan metode pembayaran Cash on Delivery (COD) terhadap pembelian impulsif (*impulsive buying*) pada pengguna Shopee di Kota Bekasi. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif & kuantitatif dengan metode purposive sampling penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang memenuhi kriteria, yaitu berusia 18 tahun ke atas, merupakan pengguna aktif Shopee, serta pernah menggunakan ketiga fitur yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, uji koefisien korelasi dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Hasil uji F menunjukkan bahwa Shopee PayLater, promo tanggal kembar, dan COD secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Namun, hasil uji t menunjukkan bahwa hanya variabel promo tanggal kembar yang berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian impulsif, sedangkan Shopee PayLater dan COD tidak berpengaruh secara signifikan. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,181 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen menjelaskan 18,1% variasi dalam pembelian impulsif, sementara sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan pada momen tanggal kembar secara khusus lebih mampu memengaruhi keputusan pembelian secara spontan dibandingkan kemudahan kredit maupun metode pembayaran tunai di tempat. Hasil ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pelaku e-commerce khususnya Shopee dalam merancang strategi promosi yang lebih efektif untuk mendorong peningkatan transaksi.

Kata kunci: Shopee PayLater, Promo Tanggal Kembar, COD, Impulsive Buying

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Shopee PayLater, twin date promotions, and Cash on Delivery (COD) payment methods on impulsive buying behavior among Shopee users in Bekasi City. The researcher employed both qualitative and quantitative approaches by distributing purposive sampling questionnaires to 100 respondents who met the criteria: aged 18 years or older, active Shopee users, and had used all three features that serve as the independent variables in this study. The collected data were analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, t-test, F-test, correlation coefficient test, and the coefficient of determination (R^2), with the assistance of SPSS version 25. The F-test results indicated that Shopee PayLater, twin date promotions, and COD simultaneously have a significant effect on impulsive buying behavior. However, the t-test results revealed that only the twin date promotion variable had a significant partial effect on impulsive purchases, while Shopee PayLater and COD did not show a significant impact. The adjusted R square value of 0.181 indicates that the three independent variables explain 18.1% of the variation in impulsive buying behavior, while the remaining 81.9% is influenced by other factors outside the model. These findings suggest that promotions offered during twin date events are more influential in triggering spontaneous purchasing decisions than the availability of instant credit or cash-on-delivery options. The results of this study are expected to provide valuable insights for e-commerce players, especially Shopee, in formulating more effective promotional strategies to boost transactions.

Keywords: *Shopee PayLater, Twin Date Promotion, COD, Impulsive Buying*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT. Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang dan atas segala nikmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini untuk dapat memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti. Adapun judul dari penulisan skripsi ini yaitu “Pengaruh Shopee *Paylater*, Promo Tanggal Kembar, dan Pembayaran *Cash on Delivery* terhadap *Impulsive Buying* (Studi Kasus Pengguna Shopee di Kota Bekasi)”.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini tentu dikerjakan semaksimal mungkin oleh penulis namun tidak dapat dihindari bahwa masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu segala bentuk saran dan kritik dibutuhkan agar skripsi ini dapat dikatakan layak, penulis sangat membutuhkan dukungan yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun.

Akhirnya skripsi ini dapat tersusun dan selesai, rasa terima kasih sampaikan kepada diri sendiri yang sudah berjuang secara penuh dan semangat. Serta rasa hormat dan terimakasih kepada Ibu Dr. Sofia Maulida., S.E., M.M atas bimbingan, arahan, kritik, saran, dan motivasi yang diberikan selama pengerjaan skripsi dari awal hingga selesai, serta pihak-pihak yang memberikan dukungan kepada penulis diantara yang terhormat:

1. Ketua Pembina Yayasan Prima Bina Bangsa, Dr. Marion E. Aritonang.
2. Ketua Yayasan Prima Bina Bangsa, Horas Sebastian E. Tobing.
3. Ketua Tri Bhakti Business School, Drs. Widayatmoko, MM., M. Ikom.
4. Ketua Program Studi Manajemen, Dr. Sofia Maulida, SE., MM. sekaligus dosen pembimbing dalam penelitian ini, terima kasih atas bimbingannya, arahnya, kritik dan saran serta motivasi yang diberikan selama penulisan.
5. Seluruh staff dan bagian akademik yang sudah membantu keperluan penulis dalam menyelesaikan skripsi selama belajar di STIE Tri Bhakti.

6. Orang tua yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat kepada penulis.
7. Seluruh teman-teman Mahasiswa/i angkatan 2021 atas kerjasama dan dukungan yang diberikan
8. Para Sahabat, Teman dekat, dan kekasih yang tidak bisa saya sebutkan namanya namun sudah banyak membantu, memberikan semangat, motivasi untuk tetap bisa mengerjakan penelitian ini.
9. Kepada pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang sudah membantu.

Bekasi, 30 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Muhamad Ulumudin

NIM 212611037

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN.....	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Perumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.7 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2 Promotion Mix	15

2.1.3	Perilaku Konsumen	17
2.1.4	<i>Impulsive Buying</i>	18
2.1.5	<i>Pay Later</i>	21
2.1.6	Promo Tanggal Kembar	24
2.1.7	Pembayaran <i>Cash on Delivery</i>	26
2.2	Penelitian Terdahulu.....	29
2.3	Kerangka Penelitian	36
2.4	Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		39
3.1.	Desain Penelitian	39
3.1.1	Tujuan Penelitian	39
3.1.2	Metodologi Penelitian	39
3.1.3	Strategi Penelitian	40
3.1.4	Unit Analisis	40
3.1.5	Keterlibatan Peneliti.....	41
3.1.6	Latar Penelitian	41
3.1.7	Waktu Pelaksanaan	41
3.2.	Definisi Operasional dan Pengukuran	42
3.2.1	<i>Impulsive Buying</i>	42
3.2.2	Shopee <i>Paylater</i>	44
3.2.3	Promo Tanggal Kembar	45
3.2.4	Pembayaran <i>Cash on Delivery</i>	47
3.3.	Populasi dan Sampel	48
3.3.1.	Populasi.....	48
3.3.1.	Sampel.....	48

3.4.	Sumber Data	49
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	49
3.6.	Teknik Pengolahan Data	50
3.7.	Teknik Analisis Data	50
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif	50
3.7.2	Uji Instrumen Penelitian	51
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	52
3.7.4	Analisis Regresi Linier Berganda	53
3.7.5	Uji Kelayakan Hipotesis	54
BAB IV PEMBAHASAN.....		56
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	56
4.2	Hasil Penelitian.....	57
4.2.1	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	57
4.2.2	Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	60
4.2.3	Hasil Uji Instrumen	66
4.2.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	70
4.2.5	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	75
4.3	Pembahasan	79
4.3.1	Pengaruh Shopee <i>Paylater</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i>	79
4.3.2	Pengaruh Promo Tanggal Kembar terhadap <i>Impulsive Buying</i>	81
4.3.3	Pengaruh Pembayaran <i>Cash on Delivery</i> (COD) terhadap <i>Impulsive Buying</i> 81	
4.3.4	Pengaruh Shopee <i>Paylater</i> , Promo Tanggal Kembar dan Pembayaran <i>Cash on Delivery</i> Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	82
BAB V PENUTUP.....		84

5.1	Simpulan.....	84
5.2	Saran.....	86
5.3	Implikasi.....	88
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN – LAMPIRAN		94

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Variabel Impulsive Buying	43
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Variabel Shopee Paylater	44
Tabel 3. 3 Skala Pengukuran Variabel Promo Tanggal Kembar	46
Tabel 3. 4 Skala Pengukuran Variabel Pembayaran Cash on Delivery	47
Tabel 3. 5 Alternatif Jawaban dengan Skala Likert	50
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	58
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	60
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	61
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Shopee Paylater (X1)	66
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Promo Tanggal Kembar (X2).....	67
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Pembayaran <i>Cash on Delivery</i> (X3)	67
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Impulsive Buying</i> (Y)	68
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Shopee <i>Paylater</i> (X1)	69
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promo Tanggal Kembar (X2).....	69
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pembayaran <i>Cash on Delivery</i> (X3). 70	
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Impulsive Buying</i> (Y).....	70
Tabel 4. 14 Hasil Uji Nromalitas	71
Tabel 4. 15 Hasil Uji Autokorelasi	73
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
Tabel 4. 18 Hasil Uji T.....	77
Tabel 4. 19 Hasil Uji F.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	37
Gambar 4. 1 Normal P-P Plot Uji Normalitas	72
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatter Plot.....	75