

**PENGARUH POTONGAN HARGA, *STAR SELLER*, DAN  
*BRAND AMBASSADOR* TERHADAP PEMBELIAN  
IMPULSIF PADA PRODUK FASHION  
WANITA DI KOTA KUPANG  
(Studi Pada *Online Shop* Shopee)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen**



**OLEH :**

**YULIANA HILARIA DA SILVA**  
**NIM : 32115030**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA  
KUPANG  
2019**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH POTONGAN HARGA, *STAR SELLER*, DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA PRODUK *FASHION* WANITA DI KOTA KUPANG  
(Studi Pada *Online Shop* Shopee)**

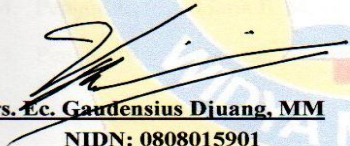
Yang diajukan oleh :

Nama : Yuliana Hilaria Da silva  
NIM : 32115030  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Telah disetujui oleh Tim Pembimbing Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Pembimbing I



Pembimbing II

  
**Drs. Fc. Gaudensius Djuang, MM**  
NIDN: 0808015901

  
**Rosadalima Tisu, SE, MM**  
NIDN: 0825078305

Kupang,.....2019

Ketua Program Studi Manajemen,

  
  
**Rosadalima Tisu, SE, MM**  
NIDN: 0825078305

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

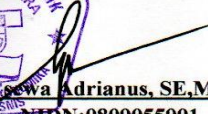
Yang diselenggarakan pada :


Hari / Tanggal : Senin, 16 Desember 2019  
Jam : 08.00- 10.00 Wita  
Tempat : Ruang Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Atas Nama : Yuliana Hilaria Da Silva  
Nomor Registrasi : 32115030  
Dinyatakan : LULUS

**PANITIA PENGUJI SKRIPSI**

- 1. Ketua : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM (.....)
- 2. Sekretaris : Rosadalima Tisu, SE, MM (.....)
- 3. Penguji I : Dra. Sukamti, MM (.....)
- 4. Penguji II : Maria B. M. G. Wutun, SE, MM (.....)
- 5. Penguji III : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM (.....)

**MENGETAHUI**

**Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis**  
  
**J. S. A. Adrianus, SE, MM**  
NIDN:0809055901

**Ketua Program Studi**  
  
**Rosadalima Tisu, SE, MM**  
NIDN:0825078305

## **MOTO**

”Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur”

Filipi 4:6

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Bapak Yohanes Anis Da Silva, Mama Marietha Merfina Bediona, Adik tercinta Alm. Fransiskus B. Da Silva dan Maria Theresina L. Da Silva yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dukungan dan kasih sayang yang tidak dapat dibalas dengan apapun.

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh Potongan Harga, *Star seller*, dan *Brand Ambassador* terhadap Pembelian Impulsif pada Produk *Fashion* Wanita di Kota Kupang (Studi Pada *Online Shop* Shopee)”**

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena keterbatasan pengetahuan, waktu serta pengalaman penulis, namun penulis berusaha menyajikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya. Dengan demikian semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya, dan masyarakat pembaca pada umumnya.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, mengarahkan dan memberikan dorongan bagi penulis hingga tersusunnya tugas akhir ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor dan Wakil Rektor Universitas Katolik Widya Mandira beserta staf yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Bapak Jou Sewa Adrianus, SE, MM selaku Dekan sekaligus dosen Pembimbing Akademik dan Bapak Daniel Taolin, SE, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah membantu penulis dalam segala urusan administrasi

maupun akademik.

3. Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen sekaligus dosen Pembimbing II dan Ibu Maria B.M.G Wutun, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen sekaligus Penguji II yang telah membantu, memberikan motivasi, dan masukan yang sangat membantu.
4. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku dosen Pembimbing I, Ketua Panitia ujian skripsi, dan Penguji III pada ujian skripsi yang telah membimbing, memberikan masukan, motivasi, serta meluangkan waktu kepada penulis selama mengerjakan skripsi.
5. Ibu Dra. Sukanti, MM selaku dosen Pembahas dan Penguji I pada ujian skripsi yang bersedia memberikan kritik dan saran yang membangun untuk penulis.
6. Bapak dan Ibu dosen, serta pegawai Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah membantu penulis dalam proses belajar, mendapatkan informasi dan juga segala urusan kampus.
7. Teman seperjuangan di Universitas Katolik Widya Mandira, terkhusus Program Studi Manajemen angkatan 2015 yang sepenuh hati membantu penulis.
8. Mantan pengurus HMPS Manajemen periode 2018/2019 yang pernah berjuang bersama.
9. Bapak dan Mama, serta keluarga besar Da Silva, Bediona, dan Mangu yang selalu mendoakan dan mendukung penulis hingga menyelesaikan pendidikan dengan baik.

10. Kekasih tercinta Alm. Yosef En Take Lima Koban, ST yang selalu mendoakan, memberikan motivasi, serta meluangkan waktu untuk membantu penulis semenjak awal kuliah hingga penulis menyelesaikan tugas akhir.

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin menyelesaikan tugas akhir ini, namun penulis menyadari bahwa masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun.

Akhirnya penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Kupang .....2019

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. LatarBelakang.....	1
B. RumusanMasalah.....	10
C. TujuanPenelitian .....	10
D. Manfaatpenelitian .....	11
<b>BAB II TINJAUAN TEORITIS</b> .....	13
A. ManajemenPemasaran .....	13
B. Perilaku Konsumen.....	17
C. Pembelian Impulsif.....	22
D. Potongan Harga.....	30
E. <i>Star Seller</i> .....	33
F. <i>Brand Ambassador</i> .....	36



G. Penelitian Terdahulu .....	38
H. Kerangka Pemikiran .....	41
I. Hipotesis Penelitian .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	45
B. Populasi dan Sampel.....	45
C. Jenis Data.....	46
D. Metode Pengumpulan Data.....	47
E. Identifikasi Variabel, Defenisi Operasional, Indikator, Skala Pengukuran .....	48
F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	49
G. Metode Analisis Data.....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
A. Karakteristik Responden.....	59
B. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian .....	61
C. Analisis Data.....	66
D. Pembahasan .....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>84</b>
A. Kesimpulan .....	84
B. Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>90</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Rating Fashion <i>e-commerce</i> di Indonesia.....	6
Tabel 1.2 Hasil Survei Awal <i>Online Shop</i> Shopee mengenai Potongan Harga, <i>Star Seller</i> , dan <i>Brand Ambassador</i> .....	8
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran .....	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	61
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Potongan Harga.....	62
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Star Seller</i> .....	63
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Ambassador</i> .....	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Pembelian Impulsif .....	64
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4.9 Kategori Gambaran Potongan Harga .....	66
Tabel 4.10 Kategori Gambaran <i>Star Seller</i> .....	67
Tabel 4.11 Kategori Gambaran <i>Brand Ambassador</i> .....	68
Tabel 4.12 Kategori Gambaran Pembelian Impulsif .....	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas .....	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas .....	72
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial .....	76
Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan .....	77
Tabel 4.18 Hasil Uji determinasi .....	78

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	36
Gambar 4.1 P-plot Uji Normalitas .....	70
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	72

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 2. Hasil Uji Deskriptif .....	96
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas .....	104
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas .....	110
Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas .....	111
Lampiran 6. Hasil Uji Linearitas.....	111
Lampiran 7. Hasil Uji Multikolinearitas .....	113
Lampiran 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	113
Lampiran 9. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	114
Lampiran 10. Hasil Uji Parsial (Ujit).....	114
Lampiran 11. Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	115
Lampiran 12. Hasil Koefisien Determinasi.....	115

## ABSTRAK

Yuliana Hilaria Da Silva (32115030) “**Pengaruh Potongan Harga, *Star seller*, dan *Brand Ambassador* terhadap Pembelian Impulsif pada Produk Fashion Wanita di Kota Kupang (Studi Pada *Online Shop* Shopee)**”. Di bawah bimbingan Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku pembimbing I dan Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM selaku pembimbing II.

Shopee merupakan salah satu *marketplace* dari Singapura yang berhasil meramaikan pasar *e-commerce* Indonesia sejak penghujung tahun 2017 hingga sekarang. Walaupun berbagai strategi telah dilakukan untuk menarik minat konsumen, namun *online shop* Shopee masih belum bisa menduduki posisi teratas dalam persaingan *e-commerce* di Indonesia, khususnya di Kota Kupang. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana persepsi konsumen tentang potongan harga, *star seller*, *brand ambassador* dan pembelian impulsif pada produk *fashion online shop* Shopee di Kota Kupang? 2) Apakah potongan harga, *star seller*, dan *brand ambassador* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada produk *fashion online shop* Shopee di Kota Kupang? 3) Apakah potongan harga, *star seller*, dan *brand ambassador* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada produk *fashion online shop* Shopee di Kota Kupang?

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNWIRA yang berbelanja di *online shop* Shopee dengan sampel berjumlah 105 orang. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif dan inferensial.

Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran persepsi potongan harga 83.21% dan variabel *star seller* 75.80% keduanya kategori baik. Variabel *brand ambassador* 53.9% dan variabel pembelian impulsif 66.57% keduanya kategori cukup baik. Berdasarkan analisis statistik regresi linear berganda diperoleh persamaan  $Y = 0.180X_1 + 0.259X_2 + 0.247X_3$ . Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan variabel potongan harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel pembelian impulsif. Variabel *star seller* dan variabel *brand ambassador* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel pembelian impulsif. Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Hasil koefisien determinasi = 0.274 atau 27.40% di mana 27,40% variabel pembelian impulsif merupakan kontribusi dari tiga variabel bebas yakni potongan harga, *star seller*, dan *brand ambassador*, sedangkan selebihnya yaitu sebesar 72,60% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Oleh karena koefisien determinasi dalam penelitian ini rendah, peneliti selanjutnya dapat melihat variabel lain di luar variabel yang sudah diteliti. *Online shop* Shopee dapat menawarkan diskon pada situasi dan untuk konsumen yang tepat, menjaga kualitas toko berlabel *star seller*, serta dapat merekrut *brand ambassador* yang bisa menarik minat konsumen untuk berbelanja.

**Kata kunci:** Potongan Harga, *Star Seller*, *Brand Ambassador*, dan Pembelian impulsif