

**PENGARUH PROMOSI SPECIAL EVENT DAY APLIKASI SHOPEE
TERHADAP PERILAKU IMPULSE BUYING DI DESA TANJUNGAN
KECAMATAN DRIYOREJO KABUPATEN GRESIK**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Untuk Memenuhi Salah
Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos) Dalam Bidang Sosiologi



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Aprilia Firnanda

NIM 10040320080

Program Studi Sosiologi

Fakultas Ilmu Social Dan Ilmu Politik

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Juni 2024

PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Aprilia Firnanda

NIM : 10040320080

Program Studi : Sosiologi

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Special Event Day Aplikasi Shopee
Terhadap Perilaku Impulse Buying di Desa Tanjungan
Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan menggunakan plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila skripsi ini di kemudian hari terbukti sebagai karya plagiasi, maka saya bersedia bertanggung jawab atas segala konsekuensi hukum yang berlaku.

Surabaya, 5 Juni 2024

Peneliti



METERAI
TEMPEL
7898DAJX938325445

Aprilia Firnanda
NIM. 10040320080

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan terhadap penulis skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Aprilia Firnanda

NIM 10040320080

Program Studi : Sosiologi

Berjudul **“Pengaruh Promosi Special Event Day Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Impulse Buying Di Desa Tanjung Kecamatan Driyoprejo Kabupaten Gresik”**, saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut dapat diujikan sebagai salah satu persyaratan bagi yang bersangkutan untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang sosiologi.

Surabaya, 27 Mei 2024

Dosen pembimbing



Prof. Dr. Isa Anshori, Drs., M.Si.

NIP 196705061993031002

PENGESAHAN

Skripsi oleh Aprilia Firmanda dengan judul "*Pengaruh Promosi Special Event Day Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Impulse Buying di Desa Tanjungan Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik*" telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan tim penguji Skripsi pada tanggal 10 Juni 2024.

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I

Prof. Dr. Isa Anshori, Drs., M.Si.
NIP. 196705061993031002

Penguji II

Husnul Muttaqin, S.Ag, S.Sos, M.Si.
NIP. 19780120200641004

Penguji III

Muchammad Ismail, S.Sos, MA.
NIP. 198005032009121003

Penguji IV

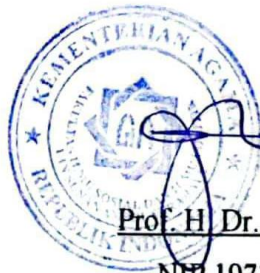
Dr. Iva Yulianti Umdatul Izza,
S.Sos, M.Si.
NIP. 197607182008012022

Surabaya, 10 Juni 2024

Mengesahkan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan



Prof. H. Dr. Abdul Chalik, M.Ag.

NIP 197306272000031002

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Aprilia Firnanda
NIM : 10040320080
Fakultas/Jurusan : FISIP/Sosiologi
E-mail address : apriliaafirnanda27@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Pengaruh Promosi Special Event Day Aplikasi Shopee Terhadap

Perilaku Impluse Buying di Desa Tanjung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 02 September 2024

Penulis



(Aprilia Firnanda)

ABSTRACT

Firnanda, Aprilia. "The Influence of the Special Event Day Promotion for the Shopee Application on Impulse Buying Behavior in Tanjungan Village, Driyorejo District, Gresik Regency." Sunan Ampel State Islamic University Surabaya, 2024.

This research aims to determine the influence of the Shopee application's special event day promotion on impulse buying behavior and how big the influence is. The method used is causal quantitative with data collection techniques in the form of questionnaires. The sampling technique used was Simple Random Sampling and 100 respondents were obtained. The data analysis used in this research is simple linear regression analysis, T test and coefficient of determination. The results of this research indicate that Special Event Day promotions have a significant effect on Impulse Buying behavior. Obtained from a calculated t value of 7.470, a significance of $0.000 < 0.05$ and an R square value of 0.368 or 36.8%, the remaining 63.2% was influenced by other variables not examined in this research.

Keywords: Influence, Special Event Day Promotion, Impulse Buying

ABSTRAK

Firnanda, Aprilia. "Pengaruh Promosi Special Event Day Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Impulse Buying di Desa Tanjungan Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik". Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi special event day aplikasi shopee terhadap perilaku impulse buying dan berapa besar pengaruhnya. Metode yang digunakan adalah kuantitatif kausal dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Teknik sampling yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* dan diperoleh 100 responden. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi linier sederhana, Uji T dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi Special Event Day berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku Impulse Buying. Diperoleh dari nilai t hitung sebesar 7,470, signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai R square sebesar 0,368 atau 36,8%, sisanya sebesar 63,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Pengaruh, Promosi Special Event Day, Impulse Buying

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Kajian Pustaka.....	10
F. Sistematika Pembahasan.....	20
BAB II	22
A. Kerangka Berfikir	22
B. Kajian teori	30
C. Hipotesis.....	35
BAB III	36
A. Jenis penelitian	36

B. Lokasi dan waktu penelitian	36
C. Populasi, sampel dan teknik sampling	37
D. Variabel dan instrument penelitian	39
E. Jenis dan Sumber data	42
F. Teknik pengumpulan data.....	43
G. Teknik analisis data	45
BAB IV	48
A. Deskripsi Objek Penelitian	48
B. Hasil Penelitian.....	54
C. Pengujian Hipotesis	70
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
BAB V.....	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	81

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Alternatif Jawaban Dalam Skala Likert.....	44
Tabel 3. 1 konsep operasional variabel.....	40
Tabel 4. 1 Hasil jawaban responden variabel Promosi Special Event Day (X)	61
Tabel 4. 2 Hasil Jawaban Responden Variabel Impulse Buying (Y).....	63
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas	66
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	67
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	68
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas.....	69
Tabel 4. 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana	70
Tabel 4. 8 Hasil Uji T parsial	71
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi antara Variabel X dan Y.....	72

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Data Pengunjung E-Commerce di Indonesia	5
Gambar 1. 3 Data Hasil Pra-Survey Pada Masyarakat Desa Tanjungan.....	6
Gambar 2. 1 Flash Sale Shopee	23
Gambar 2. 2 Shopee Live	24
Gambar 2. 3 Voucher Shopee.....	25
Gambar 2. 4 Voucher Cashback Shopee	26
Gambar 4. 1 Logo Shopee	49
Gambar 4. 2 Program Promosi Shopee Special Event Day 10.10	50
Gambar 4. 3 Program Promosi Coupons Shopee Indonesia	51
Gambar 4. 4 Program Promosi Discount Shopee Indonesia	52
Gambar 4. 5 Program Promosi Cashback Shopee Indonesia	53
Gambar 4. 6 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Gambar 4. 7 Responden Berdasarkan Usia.....	56
Gambar 4. 8 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	57
Gambar 4. 9 Responden Berdasarkan Status Pernikahan	58
Gambar 4. 10 Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Gambar 4. 11 Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku	60

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, Lilis. "Pengaruh Promosi Penjualan Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Pembelian Impulsif Pada Saat Special Event Day (Studi Pada Konsumen Shopee Jawa Timur)." *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 1, no. 5 (2022): 491–508. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.58>.
- Ayuning, Suci Sekar. *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Produk Pada Aplikasi Shopee Indonesia*. Skripsi: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2019.
- Bakti, Indra Setia, Nirzalin, and Alwi. "Konsumerisme Dalam Perspektif Jean Baudrillard." *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)* 13, no. 2 (2019): 147–65. <https://doi.org/10.24815/jsu.v13i2.15925>.
- Berman dan Evans. *Retail Management: A Strategic Approach, Global Edition*. 13th ed. New Jersey: Pearson Education Limited, 2018.
- Christina Whidya Utami. *Manajemen Ritel, Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Darmaji, Agus. "Herbert Marcuse Tentang Masyarakat Satu Dimensi." *Ilmu Ushuluddin* 1, no. 6 (2013): 515–26. <https://doi.org/10.15408/ilmu-ushuluddin.v1i6.1027>.

Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.

Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.

Morissan. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana, 2010.

Octaviana, Rina. “Konsep Konsumerisme Masyarakat Modern Dalam Kajian Herbert Marcuse.” *Jaqfi: Jurnal Aqidah Dan Filsafat Islam* 5, no. 1 (2020): 121–33. <https://doi.org/10.15575/jaqfi.v5i1.6267>.

Prihastama, Brian Vicky. *Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Minimarket*. Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta, 2016.

Ridhwan Mustajab. “Pengguna E-Commerce RI Diproyeksi Capai 196,47 Juta Pada 2023.” *DataIndonesia.id*, 2023. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023>.

Safyra Primadhyta. “Generasi Millennial RI Paling Impulsif Belanja Barang Mewah.” *CNN Indonesia*, 2015. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20151102182452-92-88999/generasi-millennial-ri-paling-impulsif-belanja-barang-mewah>.

Saifuddin Azwar. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.

Saumantri, Theguh. “Konsumerisme Masyarakat Kontemporer Menurut Herbert Marcuse.” *Media (Jurnal Filsafat Dan Teologi)* 3, no. 2 (2022): 162–77. <https://doi.org/10.53396/media.v3i2.113>.

- Schiffman dan Kanuk. *Persepsi Kualitas, Consumer Behavior*. New Jersey: Perason Prestice Hall, 2011.
- Siregar. *Statistika Terapan Untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- . *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- TafsirWeb. “Surat Al-Insyirah Ayat 5-6.” Accessed June 5, 2024. <https://tafsirweb.com/37702-surat-al-insyirah-ayat-5-6.html>.
- Tiktok. “Kajian Ustad Hanan Attaki Dan Ustad Agama Fahrul.” Accessed June 5, 2024. <https://vt.tiktok.com/ZSYhVQDyk/>.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A