

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, PENGGUNAAN
PAYLATER DAN *SCARCITY MESSAGE* TERHADAP
IMPULSIVE BUYING PENGGUNA *E-COMMERCE SHOPEE*
(Studi pada Mahasiswa S1 Prodi Manajemen Universitas Pelita
Bangsa)**

SKRIPSI



**OLEH:
INDAH NURHAYATI
NIM : 112010120**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, PENGGUNAAN
PAYLATER DAN *SCARCITY MESSAGE* TERHADAP
IMPULSIVE BUYING PENGGUNA *E-COMMERCE SHOPEE*
(Studi pada Mahasiswa S1 Prodi Manajemen Universitas Pelita
Bangsa)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana S1

SKRIPSI



OLEH:
INDAH NURHAYATI
NIM : 112010120

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Indah Nurhayati
NIM : 112010120
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas *Website*, Penggunaan *Paylater* dan *Scarcity Message* Terhadap *Impulsive Buying* Pengguna *E-Commerce* Shopee (Studi pada Mahasiswa S1 Prodi Manajemen Universitas Pelita Bangsa).

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 5 Agustus 2024

Pembimbing,



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.

0406068402

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS WEBSITE, PENGGUNAAN PAYLATER DAN
SCARCITY MESSAGE TERHADAP IMPULSIVE BUYING PENGGUNA
E-COMMERCE SHOPEE
(STUDI PADA MAHASISWA SI PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS
PELITA BANGSA)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:
Indah Nurhayati
112010120

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji,
Edy Saptono, S.H.,M.B.A
NIDN: 0412118305

Tanda Tangan



Anggota Penguji
Wachid Hasyim, S.E.,M.M
NIDN: 0411118901

Tanda Tangan



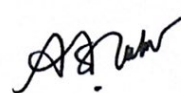
Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.
NIDN: 0406068402

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M.
NIDN: 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indah Nurhayati
NIM : 112010120
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan asli hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 5 Agustus 2024



Indah Nurhayati

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”

(QS Ar-Rad 11)

“Lawan terberat bukanlah orang lain, melainkan diri kita sendiri”

Karya ini kupersembahkan untuk:

- Diri saya sendiri, Indah Nurhayati terima kasih sudah berjuang sejauh ini, tidak mudah untuk melakukannya tapi saya bisa, itu berarti saya mampu.
- Terima kasih untuk Ibu saya tercinta, Hartini terima kasih sudah melahirkan putri kecil yang sekarang sudah tidak kecil lagi, terima kasih sudah senantiasa mendo'akan dalam setiap sujudmu.
- Terima kasih sebanyak-banyaknya untuk keluarga besar saya Bapak saya Junedi, Kakak saya Utami Putri dan Adik kembar saya Faisal Bahri dan Rahmat Dani, terimakasih sudah selalu mendo'akan dan memberikan dukungan kepada saya.
- Terima kasih kepada Ibu Dr. Yunita Ramadhani RDS.,S.E.,M.Sc. selaku dosen pembimbing skripsi saya, yang telah meluangkan banyak waktunya dan memberikan ilmunya untuk kelancaran penyusunan skripsi ini. Penulis sangat sadar bahwa begitu besar pengaruh ibu dalam penyusunan skripsi ini.
- Terima kasih dan salam sayang saya untuk sahabat-sahabat saya Adista, Nadia, Yanti, Awal, Abdul, Helmi dan Wandu yang sudah bisa dikatakan seperti keluarga sendiri.
- Terima Kasih kepada orang yang sangat spesial dan orang yang sangat berpengaruh di hidup saya, Ahmad Darmawan Suseno terima kasih sudah senantiasa memberikan dukungan mental dan semangat, terima kasih sudah menemani saya dalam berproses selama ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul: “Pengaruh Kualitas *Website*, Penggunaan *Paylater* dan *Scarcity Message* Terhadap *Impulsive Buying* pengguna *E-Commerce* Shopee” studi pada Mahasiswa S1 Prodi Manajemen Universitas Pelita Bangsa. Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

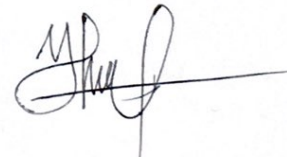
1. Ibu Dr. Yunita Ramadhani RDS.,S.E.,M.Sc. selaku Pembimbing sekaligus Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
2. Tim Penguji, Bapak Edy Saptono, S.H.,M.B.A dan Bapak Wachid Hasyim, S.E.,M.M terima kasih telah berkenan memberikan masukan untuk penyempurnaan naskah mulai dari gagasan awal tema penelitian hingga selesainya Skripsi ini.
3. Ibu Preatmi Nurastuti., S.E.,MM selaku Dekan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa berserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.
4. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera, SKM.,M.M.,D.B.A. sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Skripsi ini.

6. Kedua Orang Tua dan Keluarga tercinta yang telah mendo'akan dan memberikan dorongan semangat kepada penulis baik selama mengikuti perkuliahan maupun dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman Tim Santuy (Adista, Nadia, Yanti, Fitria, Abdul, Febri, Helmi, Suwandi dan Wahyu) yang selama masa perkuliahan sampai menyelesaikan skripsi ini selalu setia dan memberikan semangat kepada penulis.
8. Seluruh Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga Skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 5 Agustus 2024

Penulis



Indah Nurhayati

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pengertian <i>E-Commerce</i>	9
2.1.2 <i>Impulsive Buying</i> (Pembelian tanpa perencanaan).....	10
2.1.3 Kualitas <i>Website</i>	12
2.1.4 Penggunaan <i>Paylater</i>	13
2.1.5 <i>Scarcity Message</i>	15
2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan	15
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	18
2.3.1 Hipotesis.....	18
2.3.2 Model Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian dan Desain Penelitian	21
3.1.1 Jenis Penelitian.....	21
3.1.2 Desain Penelitian	21
3.2 Tempat dan Jadwal Penelitian	24
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	25
3.4 Populasi dan Sampel.....	26
3.4.1 Populasi.....	26
3.4.2 Sampel.....	27
3.5 Jenis dan Metode Pengumpulan Data.....	28
3.5.1 Jenis Penelitian.....	28
3.5.2 Metode pengumpulan Data.....	29
3.6 Metode Analisis Data	29
3.6.1 Uji Validitas	30
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	31

3.6.4 Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda.....	33
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi	34
3.6.6 Uji Hipotesis	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Hasil Penelitian.....	36
4.1.1 Deskripsi Data dan Gambaran Umum Penelitian.....	36
4.2 Karakteristik Responden.....	37
4.3 Analisis Data Penelitian.....	39
4.3.1 Uji Validitas	39
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	40
4.3.3 Uji Normalitas	41
4.3.4 Uji Multikolinieritas	43
4.3.5 Uji Heteroskedastisitas.....	44
4.3.6 Uji Autokorelasi	44
4.3.7 Uji Regresi Linier Berganda.....	45
4.4 Uji Hipotesis	46
4.5 Interpretasi Data/Pembahasan.....	48
4.5.1 Pengaruh Kualitas <i>Website</i> Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	48
4.5.2 Pengaruh Penggunaan <i>Paylater</i> Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	49
4.5.3 Pengaruh <i>Scarcity Message</i> Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	49
BAB V PENUTUP	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Jadwal Kegiatan Penelitian	24
Tabel 3. 2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 4. 1 Rekapitulasi Hasil Uji Instrumen Penelitian	39
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinieritas	43
Tabel 4. 5 Hasil Uji Autokorelasi.....	45
Tabel 4. 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	45
Tabel 4. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (r^2).....	47
Tabel 4. 8 Hasil Uji t.....	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Pengunjung E-Commerce terbanyak di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Website Shopee Indonesia	3
Gambar 1. 3 Paylater Indonesia	5
Gambar 2. 1 Model Penelitian	20
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	22
Gambar 3. 2 Jumlah mahasiswa S1 Prodi Manajemen Univesitas Pelita Bangsa angkatan 2020 semester ganjil - angkatan 2023 semester genap.....	27
Gamabr 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Gamabr 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Mahasiswa S1 (Prodi Manajemen) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2020 semester ganjil – angkatan 2023 semester genap	38
Gamabr 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Pernah melakukan pembelian di Aplikasi Shopee minimal 1 kali.....	38
Gamabr 4. 4 Hasil Uji Histogram	42
Gamabr 4. 5 Hasil Uji Normal P-Plot Of Regresion.....	42
Gamabr 4. 6 Hasil Uji Heterokedastisitas	44

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Mapping Jurnal	56
Lampiran 2 Lembar Kuesioner Penelitian	61
Lampiran 3 Lembar Hasil Kuesioner Penelitian	66
Lampiran 4 Data Karakteristik Responden	77
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	78
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas	80
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas	81
Lampiran 8 Hasil Uji Heterokedastisitas	82
Lampiran 9 Hasil Uji Autokorelasi	82
Lampiran 10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	83
Lampiran 11 Hasil Uji Hipotesis	83
Lampiran 12 Riwayat Hidup	85

***The Influence Of Website Quality, The Use Of Paylater And Scarcity Message
On Impulsive Buying Of Shopee E-Commerce Users
(Study On Undergraduate Students Of Pelita Bangsa University Management
Study Program)***

Indah Nurhayati¹⁾
Yunita Ramadhani²⁾

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of website quality, the use of paylater and scarcity messages on impulsive buying of shopee e-commerce users. The population in this study were Pelita Bangsa University management study program students class of 2020 odd semester - class of 2023 even semester. The sampling technique in this study is to use non-probability sampling techniques by limiting the sample size to 100 respondents. This study uses quantitative methods using validity tests, reliability tests, normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, multiple regression tests and t tests which are tested using SPSS version 26 software. Based on the test results using the t test, it shows that the variable website quality and the use of paylater partially has a positive and significant effect on impulsive buying of shopee e-commerce users, while testing for the scarcity message variable has a negative effect on impulsive buying of shopee e-commerce users. The results of testing the coefficient of determination on the Adjusted R-Square variable of website quality, paylater usage and scarcity message explain the influence of website quality, paylater usage and scarcity message on impulsive buying of shopee e-commerce users by 51.6%, while 48.4% is influenced by other factors outside this study.

Keywords: Website Quality, Paylater Usage, Scarcity Message, Impulsive Buying

- 1) Student*
- 2) Lecture*

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, PENGGUNAAN *PAYLATER* DAN
SCARCITY MESSAGE TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PENGGUNA *E-*
*COMMERCE SHOPEE***

(Studi pada Mahasiswa S1 Prodi Manajemen Universitas Pelita Bangsa)

Indah Nurhayati¹⁾
Yunita Ramadhani²⁾

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas *website*, penggunaan *paylater* dan *scarcity message* terhadap *impulsive buying* pengguna *e-commerce* shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi manajemen Universitas Pelita Bangsa angkatan 2020 semester ganjil – angkatan 2023 semester genap. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan membatasi jumlah sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji regresi berganda dan uji t yang di uji dengan menggunakan *software* SPSS versi 26. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas *website* dan penggunaan *paylater* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* pengguna *e-commerce* shopee, sedangkan pengujian untuk variabel *scarcity message* hasilnya berpengaruh negatif terhadap *impulsive buying* pengguna *e-commerce* shopee. Hasil pengujian koefisien determinasi pada *Adjusted R-Square* variabel kualitas *website*, penggunaan *paylater* dan *scarcity message* menjelaskan besarnya pengaruh kualitas *website*, penggunaan *paylater* dan *scarcity message* terhadap *impulsive buying* pengguna *e-commerce* shopee sebesar 51,6%, sedangkan 48,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas *Website*, Penggunaan *Paylater*, *Scarcity Message*, *Impulsive Buying*