



**PENGARUH PROMOSI GRATIS ONGKIR
PENGUNAAN SHOPEE *PAYLATER* DAN *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* YANG DI MODERASI OLEH *SELF CONTROL*
PADA PENGGUNA SHOPEE DI KABUPATEN JOMBANG**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Administrasi Bisnis (S1) dan mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis.



Disusun Oleh :

Indah Irmawati

NIM : 3120008

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS BISNIS, BAHASA DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL ULUM
JOMBANG
2024**



HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH PROMOSI GRATIS ONGKIR PENGUNAAN SHOPEE *PAYLATER* DAN *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* YANG DI MODERASI OLEH *SELF CONTROL* PADA PENGGUNA SHOPEE DI KABUPATEN JOMBANG

Oleh:

Indah Irmawati

NIM: 3120008

Telah di setujui oleh Dosen Pembimbing:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Afifah S.Zulfikar, Hj.Ss.,M.Sc
Tanggal:

Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos.,M.Si
Tanggal:

Mengetahui,
Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

Ririn Susilawati, S.H.I., M.E.I



LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PROMOSI GRATIS ONGKIR
PENGUNAAN SHOPEE *PAYLATER* DAN *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* YANG DI MODERASI OLEH *SELF CONTROL*
PADA PENGGUNA SHOPEE DI KABUPATEN JOMBANG**

Oleh:

Indah Irmawati

NIM:3120008

Telah diuji dan dipertahankan dalam sidang skripsi pada tanggal bulan
tahun 2024 dan dinyatakan LULUS

Majelis Peguji

Ketua Peguji

Penguji I Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos.,M.Si
Penguji II

M.Imsin.,S.E.,M.P Bambang Setyobudi,S.E.,M.M
Mengetahui,
Dekan Fakultas Bisnis, Bahasa dan Pendidikan

Dr. Wiwik Maryati, S.Sos., M.S.M



PERNYATAAN

Nama : Indah Irmawati

NIM : 3120008

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul Pengaruh Promosi Gratis Ongkir, Penggunaan Shopee *Paylater*, Dan *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap *Impulse Buying* Yang Dimoderasi Oleh *Self Control* Pada Pengguna Shopee Di Kabupaten Jombang adalah karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya di skripsi tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jombang, 02 Juli 2024

Yang membuat pernyataan

Indah Irmawati



HALAMAN MOTTO

“Selalu ada harga dalam sebuah proses, nikmati saja Lelah-lelahmu. Lebarkan rasa sabar itu. Semua yang kamu investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu lancer. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kamu ceritakan.”

(Boy Candra)

“Bukan kesulitan yang membuat kita takut tapi,
sering ketakutanlah yang membuat jadi sulit”

(Joko Widodo)

“ Terbentur, Terbentur, Terbentur, Terbentuk”

(Tan Malaka)



KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti haturkan kepada Allah SWT Alhamdulillah atas Rahmat, karunia, dan hidayah-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Promosi Gratis Ongkir, Penggunaan Shopee *Paylater*, dan *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap *Impulse Buying* yang dimoderasi oleh *Self Control* Pada Pengguna Shopee di Kabupaten Jombang” dengan baik dan maksimal. Terimakasih kepada kedua orang tua yang telah memberikan segala kebutuhan dan dukungan sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam kepada Rasulullah Muhammad SAW yang telah menjadi tauladan terbaik bagi peneliti.

Penyusunan skripsi ini dilakukan dengan maksimal untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Bisnis, Bahasa dan Pendidikan, Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari doa,dukungan,bantuan,bimbingan dan semangat yang diberikan dari berbagai pihak baik berupa moril maupun materil. Untuk itu, dalam kesempatan kali ini peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Dr.Wiwik Maryati, M.S.M selaku Dekan Fakultas Bisnis,Bahasa,Dan Pendidikan Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang
2. Ririn Susilawati, S.H.I., M.E.I selaku ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.
3. Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing, arahan masukan semangat, motivasi, yang diberikan dalam membimbing peneliti serta kemudahan birokrasi selama ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan yang ibu berikan. Sunggu suatu kehormatan dan rasa sangat bangga peneliti berkesempatan menjadi mahasiswa pembimbing ibu.
4. Bapak dan ibu seluruh Dosen Fakultas Bisnis, Bahasa, dan Pendidikan Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang. Terutama Bapak dan



Ibu dosen Prodi Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmunya selama perkuliahan. Rasa hormat dan bangga, peneliti bisa berkesempatan diajarkan dan dibimbing oleh Bapak/Ibu dosen. Semoga Bapak dan Ibu selalu dilimpahkan Kesehatan, kemudahan, dan dalam lindungan-nya.

5. Seluruh staf Tata Usaha Prodi, Fakultas, dan Perpustakaan Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum yang telah membantu dan memudahkan segala urusan administrasi peneliti selama berkuliah di Administrasi Bisnis Unipdu.
6. Ayahanda tercinta, Bapak Misro. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan peneliti, beliau memang tidak pernah merasakan Pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mendidikan, memberikan dukungan hingga peneliti mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
7. Pintu surgaku, Ibunda Siti Asemah. Yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan doa dan dukungan terbaik hingga peneliti mampu menyelesaikan pendidikannya sampai sarjana.
8. Kakak perempuanku. Terimakasih sudah ikut serta dalam proses peneliti menempuh pendidikan selama ini, terimakasih atas bantuan, semangat, doa dan kasih sayang yang selalu diberikan kepada peneliti.
9. Teruntuk teman seperjuangan dari Program Studi Administrasi Bisnis Unipdu, terimakasih atas dukungan dan kerjasamanya selama menempuh Pendidikan serta penyelesaian penyusunan skripsi ini.
10. Terimakasih teman seperjuangan dari Asrama Muzamzamah Chosiyah An Amta kamar 21A, yang telah menjadi tempat berkeluh kesah, saling menyemangati, dan mendukung selama proses perkuliahan dan penyelesaian skripsi.
11. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri yaitu Indah Irmawati. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini, terimakasih sudah berusaha menjadi yang terbaik walaupun terkadang apa yang diinginkan tidak tercapai. Terimakasih sudah memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikan semaksimal mungkin. Ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah



dimanapun berada, apapun kekurangan dan kelebihanmu, mari rayakan untuk diri sendiri.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Promosi Gratis Ongkir, Penggunaan Shopee *Paylater*, dan *Hedonic Shopping Motivation* yang di Moderasi oleh *Self Control* pada pengguna Shopee di Kabupaten Jombang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis SEM melalui system Smart-PLS versi 3.0. pengujian yang dilakukan yakni *outer model*, *inner model*, uji moderasi. Dan uji hipotesis. Sampel yang digunakan untuk penelitian ini sebanyak 265 responden. Berdasarkan hasil yang diperoleh Terdapat pengaruh langsung promosi gratis ongkir terhadap *Impulse Buying* , Tidak terdapat pengaruh langsung promosi gratis ongkir terhadap *Self Control*, Terdapat pengaruh langsung penggunaan Shopee *Paylater* terhadap *Impulse Buying* , Terdapat pengaruh langsung penggunaan Shopee *Paylater* terhadap *Self Control*, Terdapat pengaruh langsung *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap *Impulse Buying* , Terdapat pengaruh langsung *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Self Control*, Terdapat pengaruh langsung *Self Control* dengan *Impulse Buying* , Tidak terdapat pengaruh langsung *Impulse Buying* terhadap promosi gratis ongkir yang dimoderasi oleh *Self Control*, Terdapat pengaruh tidak langsung *Impulse Buying* terhadap penggunaan Shopee *Paylater* yang dimoderasi oleh *Self Control*, Terdapat pengaruh langsung *Impulse Buying* terhadap *Hedonic Shopping Motivation* yang dimoderasi oleh *Self Control*.

Kata Kunci: Promosi Gratis Ongkir, Penggunaan Shopee *Paylater*, *Hedonic Shopping Motivation*, *Impulse Buying* dan *Self Control*



ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Free Shipping Promotion, Use of Shopee Paylater, and Hedonic Shopping Motivation Moderated by Self Control on Shopee users in Jombang Regency. This study uses quantitative medote with SEM analysis through the Smart-PLS version 3.0 system. The tests carried out are outer model, inner model, moderation test. And hypothesis testing. The sample used for this study was 265 respondents. Based on the results obtained, there is a direct effect of free shipping promotion on Impulse Buying, there is no direct effect of free shipping promotion on Self Control, there is a direct effect of using Shopee Paylater on Impulse Buying, there is a direct effect of using Shopee Paylater on Self Control, there is a direct effect of Hedonic Shopping Motivation on Impulse Buying, There is a direct effect of Hedonic Shopping Motivation on Self Control, There is a direct effect of Self Control with Impulse Buying, There is no direct effect of Impulse Buying on free shipping promotions moderated by Self Control, There is an indirect effect of Impulse Buying on the use of Shopee Paylater which is moderated by Self Control, There is a direct effect of Impulse Buying on Hedonic Shopping Motivation which is moderated by Self Control.

Keywords: *Free Shipping Promotion, Shopee Paylater Usage, Hedonic Shopping Motivation, Impulse Buying , and Self Control.*



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.5. Sistematika Penulisan	12
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Penelitian Terdahulu	14
2.2. Landasan Teori	17
2.2.1. Theory Of Reasoned Action	17
2.2.2. Perilaku Konsumen	19
2.2.3. <i>Self Control</i>	21
2.2.4. <i>Impulse Buying</i>	24
2.2.5. Promosi Gratis Ongkir	27
2.2.6. Penggunaan Shopee Paylater	29
2.2.7. <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	31
2.3. Kerangka Pemikiran	35
2.4. Hubungan Antar Variabel	36



2.4.1.	Hubungan Promosi Gratis Ongkir Dengan <i>Impulse Buying</i>	36
2.4.2.	Hubungan Penggunaan Shopee Paylater Dengan <i>Impulse Buying</i>	37
2.4.3.	Hubungan <i>Hedonic Shopping Motivation</i> Dengan <i>Impulse Buying</i>	37
2.4.4.	Hubungan Promosi Gratis Ongkir Dengan <i>Self Control</i>	38
2.4.5.	Hubungan Penggunaan Shopee Paylater Dengan <i>Self Control</i>	39
2.4.6.	Hubungan <i>Hedonic Shopping Motivation</i> Dengan <i>Self Control</i>	39
2.4.7.	Hubungan <i>Self Control</i> dengan <i>Impulse Buying</i>	40
2.4.8.	Hubungan Promosi Gratis Ongkir dengan <i>Impulse Buying</i> yang dimoderasi oleh <i>Self Control</i>	41
2.4.9.	Hubungan Penggunaan Shopee Paylater dengan <i>Impulse Buying</i> yang dimoderasi oleh <i>Self Control</i>	41
2.4.10.	Hubungan <i>Hedonic Shopping Motivation</i> dengan <i>Impulse Buying</i> yang dimoderasi oleh <i>Self Control</i>	42
BAB III.....		44
METODE PENELITIAN.....		44
3.1.	Desain Penelitian.....	44
3.2.	Ruang Lingkup Penelitian	44
3.3.	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	44
3.3.1.	Lokasi Penelitian	44
3.3.2.	Waktu Penelitian	44
3.4.	Populasi, Sample, dan Teknik Pengambilan Sampel	45
3.4.1.	Populasi	45
3.4.2.	Sample	45
3.4.3.	Teknik Pengambilan Data Sample.....	47
3.5.	Variabel, Indikator penelitian, dan Definisi Operasional	48
3.5.1.	Variabel	48
3.5.2.	Indikator Penelitian	49
3.6.	Kerangka Konseptual dan Hipotesis	52
3.6.1.	Kerangka Konseptual	52
3.6.2.	Hipotesis	53
3.7.	Teknik Pengumpulan Data	55
3.7.1.	Kuesioner (Angket)	55
3.7.2.	Observasi.....	56
3.7.3.	Dokumentasi.....	56



3.7.4.	Studi Pustaka	56
3.8.	Teknik Analisis Data	57
3.8.1.	Struktural Equation Modeling (SEM).....	57
3.8.2.	Partial Least Square (PLS)	59
3.8.3.	Analisa Outer Model	60
3.8.4.	Analisa Inner Model.....	63
BAB IV		66
PEMBAHASAN		66
4.1.	Penyajian Data.....	66
4.1.1.	Gambaran Umum	66
4.1.2.	Data Fokus Penelitian	68
4.1.3.	Pengujian SEM-PLS	75
4.1.4.	Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	84
4.1.5.	Uji Hipotesis	86
4.1.6.	Uji Moderasi.....	91
4.2.	Analisis dan Interpretasi Data.....	93
4.2.1.	Analisis	93
4.2.2.	Interpretasi Data	95
4.3.	Keterbatasan Penelitian.....	104
BAB V		106
PENUTUP		106
5.1.	Kesimpulan	106
5.2.	Saran	108
5.3.	Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	108
DAFTAR PUSTAKA		109



DAFTAR TABEL

Table 2 1 Penelitian Terdahulu	17
Table 3 1 Indikator Penelitian.....	51
Table 3 2 Skala Likert	57
Tabel 4 1 Analisis Sampel	68
Tabel 4 2 Jenis Kelamin Responden	69
Tabel 4 3 Usia Responden.....	70
Tabel 4 4 Pendidikan Responden.....	71
Tabel 4 5 Pekerjaan Responden.....	72
Tabel 4 6 Pengguna Shopee.....	73
Tabel 4 7 Frekuensi Pembelian.....	74
Tabel 4 8 Convergent Validity	75
Tabel 4 9 Nilai Loading Faktor Sumber: data primer diolah Smart PLS v 3.2.9 2024.....	77
Tabel 4 10 Nilai Loading Faktor seluruh konstruk setelah di reduksi	79
Tabel 4 11 Nilai Cross Loading	81
Tabel 4 12 Konstruk Reliabilitas dan Validitas	81
Tabel 4 13 Konstruk Realibilitas dan Validitas	83
Tabel 4 14 R-Square.....	85
Tabel 4 16 Hasil T-statistik	88
Tabel 4 17 Pengujian Mediasi	91



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 3 1 Kerangka Konseptual.....	52
Gambar 4 1 logo Shopee	67
Gambar 4 2 Hasil Uji Outer Model	76
Gambar 4 3 Hasil Uji Outer Model Estimasi Ulang	78
Gambar 4 4 Hasil Uji Outer Model Setelah Estimasi Ulang.....	82