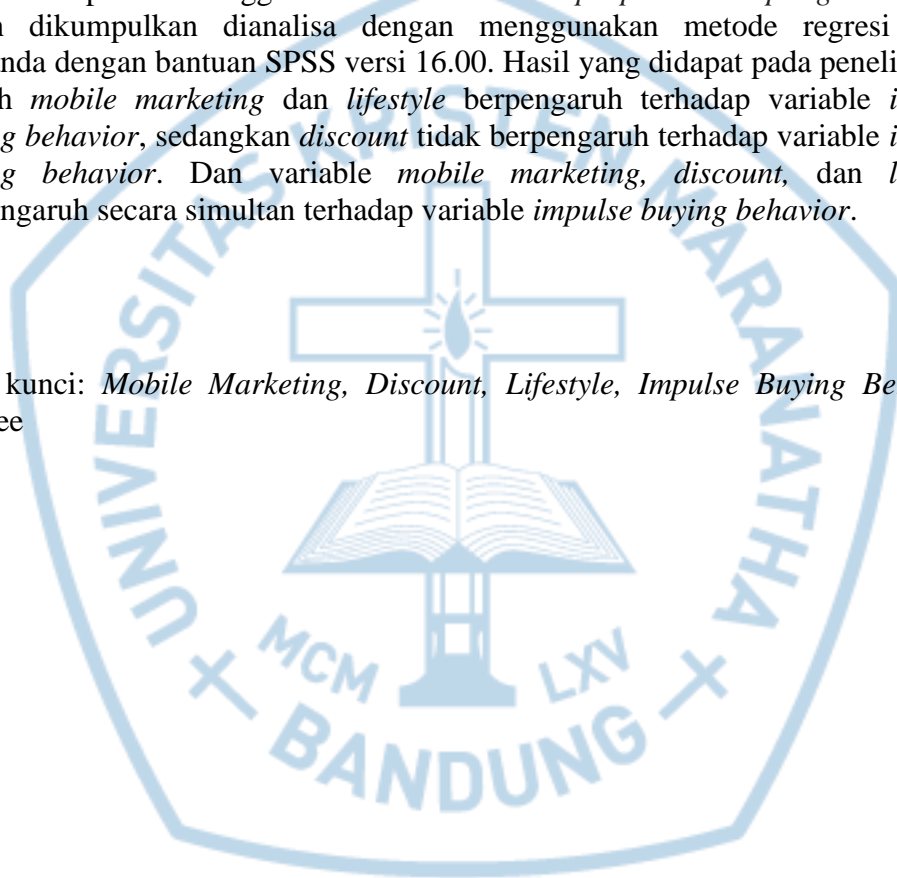


ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk membuktikan faktor-faktor yang memengaruhi *impulse buying behavior* konsumen *marketplace* Shopee. Faktor-faktor yang memengaruhi, yaitu *mobile marketing*, *discount*, dan *lifestyle*. Penelitian ini merupakan jenis penelitian *explanatory research* yang bertujuan untuk menganalisa hubungan antara variable *impulse buying behavior*, *mobile marketing*, *discount*, dan *lifestyle*. Dengan menggunakan metode pengukuran sampel maka sampel pada penelitian ini adalah sebesar 150 responden, sampel yang dikumpulkan menggunakan metode teknik *purposive sampling*. Data yang sudah dikumpulkan dianalisa dengan menggunakan metode regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 16.00. Hasil yang didapat pada penelitian ini adalah *mobile marketing* dan *lifestyle* berpengaruh terhadap variable *impulse buying behavior*, sedangkan *discount* tidak berpengaruh terhadap variable *impulse buying behavior*. Dan variable *mobile marketing*, *discount*, dan *lifestyle* berpengaruh secara simultan terhadap variable *impulse buying behavior*.

Kata kunci: *Mobile Marketing*, *Discount*, *Lifestyle*, *Impulse Buying Behavior*, Shopee



ABSTRACT

The purpose of this study is to prove the factors that influence the impulse buying behavior of Shopee marketplace consumers. The influencing factors are mobile marketing, discounts, and lifestyle. This research is a type of explanatory research which aims to analyze the relationship between the variable impulse buying behavior, mobile marketing, discounts, and lifestyle. By using the sample measurement method, the sample in this study amounted to 150 respondents, the sample was collected using purposive sampling technique method. The data that had been collected were analyzed using multiple linear regression method with the help of SPSS version 16.00. The results obtained in this study are mobile marketing and lifestyle have an effect on the variable impulse buying behavior, while the discount does not affect the variable impulse buying behavior. And the variables of mobile marketing, discount, and lifestyle simultaneously influence the variable impulse buying behavior.

Keywords: Mobile Marketing, Discount, Lifestyle, Impulse Buying Behavior, Shopee



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 Rangsangan (<i>Stimulus</i>)	10
2.1.2.1. Segmentasi	11
2.1.2.2. Dasar-Dasar Segmentasi	12
2.1.2.3. Gaya Hidup (<i>Lifestyle</i>).....	14
2.1.2.4. Bauran Pemasaran.....	16
2.1.2.5. <i>Marketing Communication</i>	17
2.1.2.6. <i>Digital Marketing</i>	18
2.1.2.7. <i>Mobile Marketing</i>	19
2.1.2.8. <i>Sales Promotion</i>	21
2.1.2.9. <i>Discount</i>	22
2.1.3 <i>Organism</i>	24
2.1.3.1 Motivasi.....	24
2.1.4 Respon	25
2.1.4.1. Perilaku Konsumen.....	26
2.1.4.2. <i>Impulse Buying Behavior</i>	27
2.2 Riset Empiris.....	30
2.3 Rerangka Teoritis	43
2.4 Rerangka Pemikiran	44
2.5 Model Penelitian	45
2.6 Pengembangan Hipotesis	45

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	47
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	47
3.3 Definisi Operasional Variabel (DOV)	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.5 Teknik Analisis Data.....	53
1. Uji Validitas	54
2. Uji Reliabilitas	54
3. Uji Asumsi Klasik.....	55
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
5. Analisis Regresi Linear Sederhana	57
6. Uji Koefisien Determinasi	57
7. Uji Korelasi	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	59
4.1.1 Karakteristik Responden.....	59
4.1.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian <i>Mobile Marketing</i>	62
4.1.3 Analisis Deskriptif Data Penelitian <i>Discount</i>	68
4.1.4 Analisis Deskriptif Data Penelitian <i>Lifestyle</i>	70
4.1.5 Analisis Deskriptif Data Penelitian <i>Impule Buying</i>	72
4.2 Uji Validitas	75
4.3 Uji Reliabilitas	77
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	77
4.4.1 Uji Normalitas.....	78
4.4.2 Uji Multikolonieritas.....	78
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	79
4.5 Pengujian Hipotesis.....	81
4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	81
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi	82
4.5.3 Uji Korelasi	83
4.6 Pembahasan.....	84
4.6.1 Terdapat pengaruh <i>mobile marketing</i> terhadap <i>impulse buying behavior</i> konsumen Shopee	84
4.6.2 Terdapat pengaruh <i>discount</i> terhadap <i>impulse buying behavior</i> konsumen Shopee	86
4.6.3 Terdapat pengaruh <i>lifestyle</i> terhadap <i>impulse buying behavior</i> konsumen Shopee	87
4.6.4 Terdapat pengaruh <i>mobile marketing, discount, & lifestyle</i> terhadap <i>impulse buying behavior</i> konsumen Shopee	90

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan	93
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	94
5.3 Saran.....	94

DAFTAR PUSTAKA	96
----------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Rangsangan Konsumen.....	11
Gambar 2.2 Bauran Pemasaran.....	16
Gambar 2.3 Teori Perilaku Konsumen.....	27
Gambar 2.4 Rerangka Teoritis.....	43
Gambar 2.5 Rerangka Pemikiran.....	44
Gambar 2.6 Model Penelitian.....	45



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Riset Empiris	30
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel (DOV)	49
Tabel 3.2	Skala Pernyataan Kuesioner.....	53
Tabel 4.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2	Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3	Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja ...	60
Tabel 4.4	Identitas Responden Berdasarkan Kategori Produk.....	61
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai <i>Mobile Marketing</i> 1	63
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai <i>Mobile Marketing</i> 2	63
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai <i>Mobile Marketing</i> 3	64
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai <i>Mobile Marketing</i> 4	65
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai <i>Mobile Marketing</i> 5	65
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai <i>Mobile Marketing</i> 6	66
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai <i>Mobile Marketing</i> 7	67
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai <i>Mobile Marketing</i> 8	67
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai <i>Mobile Marketing</i> 9	68
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai <i>Discount</i> 1.....	69
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Mengenai <i>Discount</i> 2.....	69
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Mengenai <i>Discount</i> 3.....	70
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Mengenai <i>Lifestyle</i> 1.....	71
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Mengenai <i>Lifestyle</i> 2.....	71
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Mengenai <i>Lifestyle</i> 3.....	72
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Mengenai <i>Impulse Buying</i> 1	73
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Mengenai <i>Impulse Buying</i> 2	73
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Mengenai <i>Impulse Buying</i> 3	74
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Mengenai <i>Impulse Buying</i> 4	74
Tabel 4.24	Hasil Uji Validitas <i>Mobile Marketing</i>	75
Tabel 4.25	Hasil Uji Validitas <i>Discount</i>	75
Tabel 4.26	Hasil Uji Validitas <i>Lifestyle</i>	76
Tabel 4.27	Hasil Uji Validitas <i>Impulse Buying</i>	76
Tabel 4.28	Hasil Uji Realibilitas	77
Tabel 4.29	Hasil Uji Normalitas	78
Tabel 4.30	Hasil Uji Multikolonieritas	79
Tabel 4.31	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	81
Tabel 4.32	Hasil Uji Koefesien Determinasi	82
Tabel 4.33	Hasil Uji Korelasi.....	83

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1	<i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas	Halaman 80
------------	--	---------------



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A Kuesioner Penelitian
Lampiran B Hasil Ouput SPSS versi 16
Lampiran C *Curriculum Vitae*

