



**PENGARUH *FLASH SALE*, *VOUCHER* GRATIS ONGKIR,
DAN *TIME PRESSURE* DALAM *LIVE STREAMING*
SHOPEE TERHADAP *IMPULSE BUYING*
GENERASI *ZOOMERS***

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**NAMA: YOHANITA MAYANG PRATIWI
NIM : 43122010043**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**PENGARUH *FLASH SALE*, *VOUCHER* GRATIS ONGKIR,
DAN *TIME PRESSURE* DALAM *LIVE STREAMING*
SHOPEE TERHADAP *IMPULSE BUYING*
GENERASI *ZOOMERS***

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

MERCU BUANA
NAMA: YOHANITA MAYANG PRATIWI

NIM : 43122010043

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2026

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yohanita Mayang Pratiwi
NIM : 43122010043
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/ S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh *Flash Sale*, *Voucher Gratis Ongkir*, dan *Time Pressure* Dalam *Live Streaming Shopee* Terhadap *Impulse Buying* Generasi *Zoomers*” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Juli 2026



Yohanita Mayang Pratiwi
NIM 43122010043

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA					
No.Dokumen	1-1-3.4.11.00		Distribusi			
Tgl. Efektif	25 September 2024					

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : Yohanita Mayang Pratiwi
NIM : 43122010043
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH FLASH SALE, VOUCHER GRATIS ONGKIR, DAN TIME PRESSURE DALAM LIVE STREAMING SHOPEE TERHADAP IMPULSE BUYING GENERASI ZOOMERS
Hasil Pengecekan Turnitin : 26%
 Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **26%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 26 August 2026

Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/Agustus/26/0000001219/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

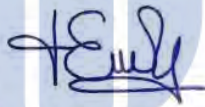
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Yohanita Mayang Pratiwi
NIM : 43122010043
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Flash Sale, Voucher Gratis Ongkir, dan Time Pressure dalam Live Streaming Shopee Terhadap Impulse Buying Generasi Zoomers

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 18 Juni 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



Cut Edwina Safia Oebit, S.E., M.M
NIDN/NUPTK: 0330118402

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA
NIDN/NUPTK: 0307036901



Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-06266406



Scan QR or [click here](#) to
Verification

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Flash Sale*, *Voucher* Gratis Ongkir dan *Time Pressure* Dalam *Live streaming* Shopee Terhadap *Impulse buying* Generasi *Zoomers*”.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana Jakarta. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bentuk bantuan, arahan, dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada Ibu Cut Edwina Safia Oebit, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, arahan, semangat, saran, serta motivasi yang sangat berarti bagi penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, sebagai Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ass. Prof. Dudi Permana, P.hD, sebagai Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

4. Dr. Janfry Sihite, SE, MSM selaku dosen Mata kuliah Metodologi penelitian pemasaran.
5. Dosen-dosen Pengajar dan juga Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sangat baik dan ramah dalam memberikan pengetahuan dan membantu melayani para mahasiswa.
6. Orang tua tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, dan doa, serta senantiasa menjadi sumber semangat dan motivasi selama ini.
7. Nia Febiati, Muftika Sari, Dela Febriana, dan Fatih Sekar yang selalu ada dan terus memberikan dukungan sampai sekarang, terima kasih sudah menjadi teman seperjuangan dan sahabat yang terbaik.
8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB Universitas Mercu Buana angkatan 2022 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan seluruh impian kita.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik, saran, dan masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi tambahan pengetahuan. Akhir kata, penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan yang mungkin terdapat dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 12 Mei 2026

Yohanita Mayang Pratiwi

NIM: 43122010043

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yohanita Mayang Pratiwi
NIM : 43122010043
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Flash Sale*, *Voucher* Gratis Ongkir, dan *Time Pressure* Dalam *Live Streaming* Shopee Terhadap *Impulse Buying* Generasi *Zoomers*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 12 Juli 2026

Yang menyatakan,



Yohanita Mayang Pratiwi

NIM 43122010043

**PENGARUH *FLASH SALE*, *VOUCHER* GRATIS ONGKIR,
DAN *TIME PRESSURE* DALAM *LIVE STREAMING*
SHOPEE TERHADAP *IMPULSE BUYING*
GENERASI *ZOOMERS***

YOHANITA MAYANG PRATIWI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Flash Sale*, *Voucher* Gratis Ongkir, dan *Time Pressure* dalam *Live streaming* Shopee Terhadap *Impulse buying* Generasi *Zoomers* di DKI Jakarta. Responden pada penelitian ini adalah Individu dari kalangan Generasi *Zoomers* yang telah melakukan pembelian melalui fitur *live streaming* di platform Shopee. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner dan pelaksanaan survei. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Generasi *Zoomers* yang berada di DKI Jakarta. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu diantaranya Generasi *Zoomers* (lahir tahun 1997-2012), berdomisili di DKI Jakarta, dan pernah melakukan pembelian setelah menyaksikan *live streaming* Shopee. Penelitian ini dilakukan terhadap 200 responden dengan menggunakan rumus hair et al. Analisis data yang digunakan adalah *statistic* dalam bentuk SEM-PLS 4.1. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Flash Sale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying*. *Voucher* Gratis Ongkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying*. *Time Pressure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying*.

Kata Kunci : *Flash Sale*, *Voucher* Gratis Ongkir, *Time Pressure*, *Impulse buying*, Generasi *Zoomers*.

***THE INFLUENCE OF FLASH SALES, FREE SHIPPING
VOUCHERS, AND TIME PRESSURE IN SHOPEE
LIVE STREAMING ON GENERATION
ZOOMERS IMPULSE BUYING***

YOHANITA MAYANG PRATIWI

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Flash Sale, Free Shipping Vouchers, and Time Pressure in Shopee Live Streaming on the Impulse Buying behavior of the Zoomers Generation in DKI Jakarta. The respondents in this study were individuals from the Zoomers Generation who had made purchases through the live streaming feature on the Shopee platform. The data used in this study were primary data. The data collection methods employed were questionnaires and surveys. The population of this study consisted of Zoomers Generation consumers residing in DKI Jakarta. The sample was selected using a non-probability sampling technique with a purposive sampling method based on several criteria, namely individuals belonging to the Zoomers Generation (born between 1997–2012), residing in DKI Jakarta, and having made purchases after watching Shopee live streaming sessions. This study involved 200 respondents, with the sample size determined using the Hair et al. formula. The data analysis method applied in this study was statistical analysis using SEM-PLS 4.1. The results of this study indicate that Flash Sale has a positive and significant effect on Impulse Buying. Free Shipping Vouchers have a positive and significant effect on Impulse Buying. Time Pressure also has a positive and significant effect on Impulse Buying.

Keywords: *Flash Sale, Free Shipping Voucher, Time Pressure, Impulse buying, Generation Zoomers.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan masalah.....	13
C. Tujuan dan kontribusi penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	15
A. Kajian Pustaka	15
1. Perilaku Konsumen	15
2. Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R)	20
3. Sustainable Development Goals (SDGs)	23
4. Impulse buying	25
5. Flash Sale.....	32
6. Voucher Gratis Ongkir	35
7. Time Pressure	39
B. Penelitian Terdahulu	42

C. Pengembangan Hipotesis.....	52
D. Kerangka Pemikiran.....	57
BAB III METODE PENELITIAN	59
A. Waktu dan Tempat Penelitian	59
1. Waktu penelitian	59
2. Tempat Penelitian.....	59
B. Desain Penelitian	59
C. Definisi dan Operasional Variabel	60
1. Definisi Variabel	60
2. Definisi Operasional Variabel.....	63
D. Skala Pengukuran Variabel	65
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	66
1. Populasi.....	66
2. Sampel Penelitian.....	66
F. Teknik Pengumpulan Data	67
G. Metode Analisis	69
1. Evaluasi Measurement Model (<i>Outer model</i>)	69
2. Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner model</i>)	72
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	74
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	74
B. Analisis Deskriptif.....	75
1. Deskripsi Responden.....	76
2. Analisis Deskriptif Variabel.....	82
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square (PLS)</i>	89
1. Evaluasi Measurement Model (<i>Outer model</i>)	89
2. Analisis Struktural Model (<i>Inner model</i>)	102
3. Hasil Uji Hipotesis	106
4. Pembahasan Hasil Penelitian	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	117
A. Kesimpulan	117

B. Saran	118
DAFTAR PUSTAKA.....	125
LAMPIRAN.....	134



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Platform live streaming</i> yang paling sering digunakan	4
Tabel 1. 2 Pola Perilaku Masyarakat Saat Belanja <i>Live Shopping</i>	5
Tabel 1. 3 Pra-Survei <i>Live streaming</i> Shopee terhadap <i>Impulse buying</i>	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	64
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert.....	65
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	76
Tabel 4. 2 Jenis Usia Responden.....	77
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	78
Tabel 4. 4 Wilayah Tempat Tinggal Responden.....	79
Tabel 4. 5 Pengeluaran Konsumtif Per Bulan Responden	80
Tabel 4. 6 Deskripsi Responden terhadap Variabel <i>Flash Sale</i>	82
Tabel 4. 7 Deskripsi Responden terhadap Variabel <i>Voucher Gratis Ongkir</i>	83
Tabel 4. 8 Deskripsi Responden terhadap Variabel <i>Time Pressure</i>	85
Tabel 4. 9 Deskripsi Responden terhadap Variabel <i>Impulse buying</i>	87
Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>Outer Loading</i>	90
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Outer Loading</i> (Modifikasi)	92
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Covergent Validity (Average Variance Extracted)</i>	94
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	96
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larker Criterion)</i>	99
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>Reliability (Cronbach's alpha dan Composite Reliability)</i>	101
Tabel 4. 16 Hasil Uji <i>R-Square (R²)</i>	103
Tabel 4. 17 Hasil Uji <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	105
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Rata-rata Kunjungan <i>Marketplace</i>	3
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	57
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS	90
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	92
Gambar 4. 3 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	106



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	134
Lampiran 2. <i>Screening</i> Question.....	135
Lampiran 3. <i>Profile</i> Responden	135
Lampiran 4. Kuesioner Penelitian.....	136
Lampiran 5. Jawaban Kuesioner	139

