PENGARUH *ONLINE SHOPPING HABIT, PAYMENT SYSTEM DAN SALES PROMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI *PLATFORM E-COMMERCE* SHOPEE

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

AHSANA NADYA ELFAZA

43122110019

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *ONLINE SHOPPING HABIT, PAYMENT SYSTEM DAN SALES PROMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI *PLATFORM E-COMMERCE* SHOPEE

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

AHSANA NADYA ELFAZA

43122110019

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahsana Nadya Elfaza

NIM : 43122110019

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan Skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Agustus 2026



Ahsana Nadya Elfaza

NIM: 43122110019

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS MERCU BUANA	**BIRO PERPUSTAKAAN** **UNIVERSITAS MERCU BUANA**	Q

No.Dokumen	**1-1-3.4.11.00**	**Distribusi**					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: AHSANA NADYA ELFAZA
NIM	: 43122110019
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH ONLINE SHOPPING HABIT, PAYMENT SYSTEM DAN SALES PROMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING DI PLATFORM E-COMMERCE SHOPEE
Hasil Pengecekan Turnitin	: 28%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **28%** 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, 27 August 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/Agustus/27/0000001244/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Ahsana Nadya Elfaza
NIM	:	43122110019
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Online Shopping Habit, Payment System dan Sales Promotion terhadap Impulse Buying di Platform E-Commerce Shopee

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 13 Agustus 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

Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-08266807

Scan QR or click here to Verification

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahi rabbil ‘alamin, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga dalam mengerjakan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Online Shopping Habit, Payment System*, dan *Sales Promotion* terhadap *Impulse Buying* di *Platform E-commerce* Shopee” dapat diselesaikan dengan baik dan lancar.

Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini telah melibatkan banyak pihak untuk segala macam bantuan dan bimbingan. Maka dari itu, diucapkan terima kasih yang sebar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana dan juga sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama menyelesaikan skripsi ini.
4. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Amin.

lib.mercubuana.ac.id

5. Bapak dan ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
6. Bapak Faiqul Yaqin dan Ibu Muzayannah merupakan kedua orangtua tercinta yang menjadi *support system* utama yang senantiasa selalu memberikan doa, kasih sayang, semangat, nasehat, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Suharmadi dan Ibu Retno selaku pemilik Yayasan Ar Rasyiid Bintaro yang telah memberikan dukungan moral dan materiil selama proses penyusunan skripsi ini. Bantuan dan perhatian yang Bapak dan ibu berikan sangat berarti dan menjadi salah satu faktor penting yang memungkinkan penulis menyelesaikan studi ini dengan baik.
8. Seluruh rekan kerja di Yayasan Ar Rasyiid Bintaro, yang telah memberikan semangat, dukungan, serta pengertian selama proses penulisan skripsi ini. Kehadiran dan kebersamaan kalian menjadi motivasi tersendiri bagi penulis untuk terus berproses dan menyelesaikan tugas akhir ini dengan penuh dedikasi.
9. Serta semua teman-teman dan keluarga yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, namun tidak mengurangi rasa syukur dan terima kasih untuk segala bantuan, perhatian, dan semangat dalam penyelesaian proposal skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih kurang dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun

lib.mercubuana.ac.id

dari berbagai pihak untuk menyempurnakan skripsi ini dan dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 20 Oktober 2025

Ahsana Nadya Elfaza

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama	: Ahsana Nadya Elfaza
NIM	: 43122110019
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi & Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Online Shopping Habit, Payment System dan Sales Promotion di Platform E-Commerce Shopee

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.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 17 September 2026
Yang menyatakan,



(Ahsana Nadya Elfaza)

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRAK

Nama	: Ahsana Nadya Elfaza
NIM	: 43122110019
Program Studi	: Manajemen
Judul Laporan Skripsi	: Pengaruh *Online Shopping Habit*, *Payment System* dan *Sales Promotion* di *Platform E-Commerce* Shopee
Pembimbing	: Dudi Permana, MM, Ph.D

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *online shopping habit*, *payment system*, dan *sales promotion* terhadap *impulse buying* pada pengguna Generasi Z di platform *e-commerce* Shopee di Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausal. Populasi penelitian adalah pengguna aktif Shopee dari kalangan Generasi Z di Jakarta, dengan jumlah sampel minimal 119 responden yang ditentukan menggunakan kalkulasi *G*Power*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert, dan analisis data menggunakan metode *Partial Least Squares* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *online shopping habit* dan *payment system* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*, sedangkan *sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Temuan ini mengindikasikan bahwa kebiasaan berbelanja online dan kemudahan sistem pembayaran belum cukup untuk memicu pembelian impulsif, sementara promosi penjualan seperti diskon, *flash sale*, dan voucher menjadi faktor pendorong utama yang memengaruhi keputusan pembelian impulsif pengguna Shopee.

Kata kunci: *Online Shopping Habit, Payment System, Sales Promotion, Impulse Buying*

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRACT

Name : Ahsana Nadya Elfaza
Student ID : 43122110019
Study Program : *Management*
Thesis Title : *The Influence of Online Shopping Habits, Payment Systems, and Sales Promotions on Impulse Buying on the Shopee E-Commerce Platform*
Supervisor : Dudi Permana, MM, Ph.D

This study aims to analyze the effects of online shopping habits, payment systems, and sales promotions on impulse buying among Generation Z users of the Shopee e-commerce platform in Jakarta. This study employs a quantitative approach with a causal research design, involving active Shopee users from Generation Z in Jakarta as the population. The sample size, determined using GPower calculations, comprises a minimum of 119 respondents. Data collection was conducted through questionnaires utilizing a Likert scale, and data analysis was performed using the Partial Least Squares (PLS) method. The results show that online shopping habit and payment system do not have a positive and significant effect on impulse buying, while sales promotion has a positive and significant effect on impulse buying. These findings indicate that online shopping habits and ease of payment systems are not sufficient on their own to trigger impulsive purchases, whereas sales promotions such as discounts, flash sales, and vouchers serve as the primary driving factor influencing impulse buying decisions among Shopee users.

Keywords: *Online Shopping Habit, Payment System, Sales Promotion, Impulse Buying*

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
SURAT KETERANGAN HASIL TURNITIN ..... **iii**
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB ..... **viii**
ABSTRAK ..... **ix**
ABSTRACT ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Rumusan Masalah Penelitian 18
C. Tujuan Penelitian 18
D. Kontribusi Penelitian 19
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS **20**
A. Kajian Pustaka 20
1. Teori Perilaku Konsumen 20
2. Impulse Buying 21
3. Online Shopping Habit 28
4. Payment System 31
5. Sales Promotion 33
B. Kajian Penelitian Terdahulu 38
C. Pengembangan Hipotesis 42
1. Pengaruh *Online Shopping Habit* terhadap *Impulse Buying* 42
2. Pengaruh Payment System terhadap Impulse Buying 43
3. Pengaruh *Sales Promotion* terhadap *Impulse Buying* 52
D. Kerangka Konseptual 53

lib.mercubuana.ac.id

BAB III METODE PENELITIAN **54**
A. Waktu dan Tempat Penelitian 54
B. Desain Penelitian 54
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel 55
1. Definisi Variabel 55
2. Operasionalisasi Variabel 56
D. Skala Pengukuran Variabel 58
E. Populasi dan Sampel Penelitian 59
F. Metode Pengumpulan Data 60
G. Metode Analisis Data 61
1. Analisis Deskriptif 61
2. Uji Instrumen 62
3. Analisis Partial Least Square (PLS) 64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN **68**
A. Analisis Deskriptif 68
1. Gambaran Umum Objek Penelitian 68
2. Deskripsi Responden 69
3. Deskripsi Variabel 75
B.Uji Instrumen **78**
1. Uji Validitas 78
2. Uji Reliabilitas 84
3. Hasil Pengujian Model Struktural (*Inner Model*) 84
4. Pengujian Hipotesis 88
C.Pembahasan Hasil Penelitian **91**
1. Pengaruh *Online Shopping Habit* Terhadap *Impulse Buying* 92
2. Pengaruh *Payment System* Terhadap *Impulse Buying* 93
3. Pengaruh *Sales Promotion* Terhadap *Impulse Buying* 94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN **96**
A. Simpulan 96
B. Saran 97
DAFTAR PUSTAKA **101**
LAMPIRAN **106**

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survei 13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 39
Tabel 3.1 Operasional Variabel 57
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Variabel 58
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 71
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 72
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili 73
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 73
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 74
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja di Shopee 75
Tabel 4.7 Uji Deskriptif Variabel Online Shopping Habit 76
Tabel 4.8 Uji Deskriptif Variabel Payment System 77
Tabel 4.9 Uji Deskriptif Variabel Sales Promotion 78
Tabel 4.10 Uji Deskriptif Variabel Impulse Buying 78
Tabel 4.11 Hasil Algoritma PLS 80
Tabel 4.12 Nilai Cross Loading 81
Tabel 4.13 Nilai Fornell Larcker 82
Tabel 4.14 Nilai Heterotrait-Monotrait Ratio 82
Tabel 4.15 Nilai Average Variance Extracted 83
Tabel 4.16 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability 84
Tabel 4.17 Hasil Uji Nilai R-Square (R^2) 85
Tabel 4.18 Hasil Uji Nilai Effect Size (F^2) 86
Tabel 4.19 Hasil Uji Nilai Relevansi Prediksi (Q^2) 87
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinieritas (VIF) 88
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Hipotesis 90

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik E-Commerce Yang Digunakan Oleh Gen Z 3
Gambar 1.2 Alasan Impulse Buying pada Online Sales Promotion 12
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 62
Gambar 3.1 Perhitungan jumlah sampel dengan G*power 68
Gambar 4.1 Logo Shopee 78
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS 80
Gambar 4.3 Hasil Pengujian Bootstrapping 89

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Kuesioner 106
Lampiran 2 Kuesioner 107
Lampiran 3 Deskripsi Responden 127
Lampiran 4 Deskripsi Variabel 129
Lampiran 5 Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model) 130
Lampiran 6 Hasil Uji Model Struktural (Inner Model) 133

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id