

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN DISKON TERHADAP
PEMBELIAN IMPULSIF PENGGUNA *PAYLATER* KREDIVO
PADA GENERASI Z DI KOTA JAKARTA**

*THE INFLUENCE OF LIFESTYLE AND DISCOUNTS ON THE
IMPULSIVE PURCHASES OF PAYLATER KREDIVO USERS IN
THE GENERATION Z IN JAKARTA*

Oleh:

Salmah Zurqoh

2019410035

PROPOSAL SKRIPSI



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA 2024

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN DISKON TERHADAP
PEMBELIAN IMPULSIF PENGGUNA *PAYLATER* KREDIVO
PADA GENERASI Z DI KOTA JAKARTA**

*THE INFLUENCE OF LIFESTYLE AND DISCOUNTS ON THE
IMPULSIVE PURCHASES OF PAYLATER KREDIVO USERS IN
THE GENERATION Z IN JAKARTA*

Oleh
Salmah Zurqoh
2019410035

SKRIPSI

Untuk memenuhi gelar Sarjana Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen
pada Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA**

JAKARTA

2024

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN DISKON TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF PENGGUNA PAYLATER KREDIVO PADA GENERASI Z DI
KOTA JAKARTA**

***THE INFLUENCE OF LIFESTYLE AND DISCOUNTS ON THE
IMPULSIVE PURCHASES OF PAYLATER KREDIVO USERS IN
THE GENERATION Z IN JAKARTA***

Oleh :


Salmah Zurqoh

2019410035


SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen/Akuntansi pada Universitas Darma Persada
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal 19 Februari 2024
Seperti tertera dibawah ini
Jakarta, 19 Februari 2024



Resa Nurlaela Anwar, SE,MM
Dosen Pembimbing


Drs. Fauzi Baisvir, MM
Penguji I


Ellena Nurfazria Handayani, SE., M.M.
Penguji II


Resa Nurlaela Anwar, SE.,MM
Penguji III


Dr. Sukardi, SE, MM
Dekan Fakultas Ekonomi


Dedi Damhadi, SE, MM
Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Salmah Zurqoh

NIM 2019410035

Jurusan/ Peminatan : Manajemen / Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Pengaruh Gaya Hidup Dan Diskon Terhadap Pembelian Impulsif Pengguna *Paylater* Kredivo Pada Generasi Z Di Kota Jakarta** yang dibimbing oleh Ibu Resa Nurlaela Anwar, SE.,MM adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya orang lain. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini, maka saya buat dengan sebenar-benarnya

Jakarta, Februari 2024



Salmah Zurqoh

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari gaya hidup dan diskon terhadap pembelian *impulsif* pengguna paylater Kredivo pada generasi Z di kota Jakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan kuesioner kepada 100 responden pengguna Kredivo minimal 3 (tiga) kali dalam satu bulan terakhir. Teknik sampel yang digunakan adalah *non- probability* sampling dan alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup dan diskon berpengaruh terhadap pembelian *impulsif*. Besarnya 0,428 dimana sebesar 42,8% variabel gaya hidup dan diskon dapat dijelaskan dipengaruhi oleh pembelian *impulsif* sedangkan untuk sisanya 57,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Secara parsial gaya hidup dan diskon memiliki pengaruh sebesar 0,368 yang berarti bahwa sebesar 36,8%, diskon sebesar 0,398 yang berarti bahwa sebesar 39,8%.

Kata Kunci: gaya hidup, diskon, pembelian impulsif

ABSTRACT

This research aims to find out how much influence lifestyle and discounts have on the impulse purchases of Kredivo paylater users in generation Z in the city of Jakarta. The data collection method used was by giving questionnaires to 100 Kredivo user respondents at least 3 (three) times in the last month. The sampling technique used is non-probability sampling and the analytical tools used are multiple linear regression and simple linear regression. The results of this research show that lifestyle and discounts influence impulse buying. The magnitude of 0.428, where 42.8% of the lifestyle and discount variables can be explained as being influenced by impulse purchases, while the remaining 57.2% is influenced by other variables outside the model. Partially, lifestyle and discounts have an influence of 0.368, which means 36.8%, discounts of 0.398, which means 39.8%.

Keywords: lifestyle, discounts, impulse buying.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“PENGARUH GAYA HIDUP DAN DISKON TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PENGGUNA PAYLATER”** sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar S.M.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Resa Nurlaela Anwar, SE., MM selaku dosen Pembimbing penulisan proposal skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan proposal sripsi ini.
2. Ibu Dian Anggraeny Rahim, SE., M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik.
3. Bapak Dr. Sukardi, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Kedua orang tua tercinta dan adik-adik saya yang selalu percaya kepada penulis dan selalu mendukung serta memberikan doa dan ridhonya kepada penulis dalam menjalankan segalanya.
5. Teman-teman kerja yang selalu memberikan support serta doa kepada penulis dalam mengerjakan proposal skripsi.
6. Sahabat-sahabat kelas malam, Anggraini, Hilda, yang telah menemani penulis baik masa perkuliahan maupun pada saat penyusunan proposal

skripsi dan juga teman-teman “Seperjuangan” Fakultas Ekonomi 2019, karena memberikan banyak cerita dan pembelajaran kepada penulis selama masa perkuliahan.

7. Terimakasih kepada Jeong Jaehyun dan Huang Xuxi yang selalu menjadi *support system* terbaik walaupun hanya dibalik layar.
8. Terakhir, terimakasih untuk diriku sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat dan penulis juga mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan laporan ini karena laporan yang dibuat masih belum memenuhi kesempurnaan. Semoga laporan ini dapat bermanfaat dan memberikan dampak positif bagi penulis maupun pembaca sehingga tujuan dari laporan ini dapat tercapai.

Jakarta, Februari 2024

Salmah Zurqoh

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah, Pembatasan, dan Perumusan Masalah.....	16
1.2.1 Identifikasi Masalah	16
1.2.2 Pembatasan Masalah	17
1.2.3 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.4 Manfaat Penelitian.....	19
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	20
2.1 Landasan Teori	20
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	20
2.1.2 Bauran Pemasaran	21

2.1.3 Perilaku Konsumen	22
2.1.4 Gaya Hidup.....	26
2.1.5 Diskon	34
2.1.6 Keputusan Pembelian	37
2.1.7 Pembelian <i>Impulsif</i>	42
2.1.8 <i>Fintech</i>	46
2.1.9 <i>Paylater</i>	49
2.1.10 Kredivo.....	50
2.1.11 Generasi (<i>Kohort</i>).....	51
2.2 Penelitian Terdahulu.....	53
2.3 Kerangka Pemikiran	72
2.4 Hipotesis	74
BAB III METODE PENELITIAN.....	76
3.1 Metode Yang Digunakan.....	76
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	77
3.3 Operasional Variabel	77
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data	86
3.4.1 Sumber dan Jenis Data	86
3.4.2 Cara Penentuan Data	87
3.4.3 Teknik Sampling	89
3.5 Teknik Pengumpulan Data	90
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	92
3.6.1 Uji Keabsahan Data.....	92

3.6.2 Uji Asumsi Klasik	94
3.6.3 Alat dan Analisa Data.....	96
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	100
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	100
4.1.1 Sejarah Singkat Kredivo.....	100
4.2 Hasil Penelitian.....	102
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	102
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran	103
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	104
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	105
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Kredivo.....	106
4.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel.....	107
4.3.1 Gaya Hidup.....	107
4.3.2 Diskon	116
4.3.3 Pembelian <i>Impulsif</i>	125
4.4 Uji Keabsahan Data.....	136
4.4.1 Uji Validitas.....	137
4.4.2 Uji Reliabilitas	139
4.5 Uji Asumsi Klasik	140
4.5.1 Uji Normalitas	140
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	142
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	143
4.6 Alat dan Analisis Data.....	144

4.6.1 Alat Analisis Regresi Berganda.....	144
4.6.2 Alat Koefisien Determinasi (R^2).....	145
4.7 Uji Hipotesis.....	146
4.7.1 Uji F (Simultan).....	146
4.7.2 Uji T (Parsial).....	149
4.8 Pembahasan.....	154
4.8.1 Pengaruh Gaya Hidup (X1) dan Diskon (X2) Terhadap Pembelian <i>Impulsif</i> (Y).....	154
4.8.2 Pengaruh Gaya Hidup (X1) Terhadap Pembelian <i>Impulsif</i> (Y).....	155
4.8.3 Pengaruh Diskon (X2) Terhadap Pembelian <i>Impulsif</i> (Y).....	155
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	157
5.1 Simpulan.....	157
5.2 Saran.....	158
DAFTAR PUSTAKA.....	160
LAMPIRAN.....	165

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Jumlah Transaksi Pengguna Fintech di Indonesia.....	2
Tabel 1. 2 Jumlah Transaksi Pada Akun Pengguna <i>Fintech</i> Terbanyak di Indonesia Berdasarkan Wilayah Periode Januari 2022 - Januari 2023	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	54
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	78
Tabel 3. 2 Skala Likert	91
Tabel 3. 3 Interpretasi Koefisien Determinasi	98
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	103
Tabel 4. 2 Profil Reponden Berdasarkan Tahun Kelahiran	103
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	104
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	105
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Kredivo.....	106
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1.....	107
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2.....	108
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3.....	109
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4.....	110
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5.....	111
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6.....	112
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7.....	113
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8.....	114

Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 9.....	115
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 10.....	116
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Tentang Pernyataan 11.....	117
Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Tentang Pernyataan 12.....	118
Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Tentang Pernyataan 13.....	119
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Tentang Pernyataan 14.....	120
Tabel 4. 20 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 15.....	121
Tabel 4. 21 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 16.....	122
Tabel 4. 22 Tanggapan Responden Tentang Pernyataan 17.....	123
Tabel 4. 23 Tanggapan Responden Tentang Pernyataan 18.....	124
Tabel 4. 24 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 19.....	125
Tabel 4. 25 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 20.....	126
Tabel 4. 26 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 21.....	127
Tabel 4. 27 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 22.....	128
Tabel 4. 28 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 23.....	129
Tabel 4. 29 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 24.....	130
Tabel 4. 30 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 25.....	131
Tabel 4. 31 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 26.....	132
Tabel 4. 32 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 27.....	133
Tabel 4. 33 Tanggapan Responden Tentang Pernyataan 28.....	134
Tabel 4. 34 Tanggapan Responden Tentang Pernyataan 29.....	135
Tabel 4. 35 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 30.....	136

Tabel 4. 36 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	137
Tabel 4. 37 Hasil Uji Reliabilitas	139
Tabel 4. 38 Tabel Kolmogorov-Smirnov	140
Tabel 4. 39 Hasil Uji Multikolinearitas	142
Tabel 4. 40 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	145
Tabel 4. 41 Hasil Parameter Uji F.....	147
Tabel 4. 42 Hasil Koefisien Pengaruh Gaya Hidup dan Diskon Terhadap Pembelian Impulsif	148
Tabel 4. 43 Hasil Parameter Uji T (Hasil Koefisien Gaya Hidup Terhadap Pembelian <i>Impulsif</i>).....	150
Tabel 4. 44 Hasil Koefisien Gaya Hidup Terhadap Pembelian <i>Impulsif</i>	151
Tabel 4. 45 Hasil Parameter Uji T (Hasil Koefisien Diskon Terhadap Pembelian <i>Impulsif</i>).....	152
Tabel 4. 46 Hasil Koefisien Diskon Terhadap Pembelian <i>Impulsif</i>	153
Tabel 4. 47 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	154

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2012 - Januari 2023)	1
Gambar 1. 2 Pengguna <i>Paylater</i> di Indonesia	5
Gambar 1. 3 Aplikasi <i>Paylater</i> Yang Sering Digunakan di Indonesia.....	7
Gambar 1. 4 Frekuensi Transaksi Penggunaan <i>Paylater</i>	9
Gambar 1. 5 Alasan Konsumen Menggunakan <i>Paylater</i>	11
Gambar 1. 6 Kategori Produk Yang Dibeli Konsumen Menggunakan <i>Paylater</i> ...	13
Gambar 1. 7 Diskon Yang Ditawarkan di Aplikasi Kredivo.....	14
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	73
Gambar 2. 2 Paradigma Penelitian	75
Gambar 4. 1 Merchant Online dan Offline Kredivo.....	102
Gambar 4. 2 Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas.....	141
Gambar 4. 3 Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	144

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	166
Lampiran 2 Tabulasi Data Profil Responden.....	173
Lampiran 3 Tabulasi Data Gaya Hidup.....	185
Lampiran 4 Tabulasi Data Diskon.....	188
Lampiran 5 Tabulasi Data Pembelian Impulsif	191
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas.....	194
Lampiran 7 Hasil Output Reliabilitas.....	199
Lampiran 8 Hasil Output Uji Asumsi Klasik	200
Lampiran 9 Alat Analisis Regresi Berganda	202
Lampiran 10 Tabel R.....	204
Lampiran 11 Tabel F.....	207
Lampiran 12 Tabel T.....	210
Lampiran 13 Bukti Penyebaran Kuesioner Secara Online	213
Lampiran 14 Catatan Konsultasi Proposal Skripsi dan Skripsi	214
Lampiran 15 Data Riwayat Hidup.....	215