

**“PENGARUH SHOPEE PAYLATER, ENDORSMENT DAN SIKAP TABZIR
TERHADAP IMPULSE BUYING
PADA PRODUK KOSMETIK”**



SKRIPSI

Oleh:

KHOIRIAH AMALIA SIREGAR

NIM : 0501172110



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN**

2021

**“PENGARUH SHOPEE PAYLATER, ENDORSEMENT DAN SIKAP TABZIR
TERHADAP IMPULSE BUYING
PADA PRODUK KOSMETIK”**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Pada Jurusan Ekonomi Islam

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara

Oleh:

KHOIRIAH AMALIA SIREGAR

NIM : 0501172110

UN SUMATERA UTARA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MEDAN



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN**

2021

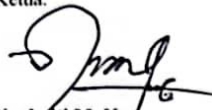
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul "**Pengaruh Shopee Paylater ,Endorsment Dan Sikap Tabzir Terhadap Impulse Buying Pada Produk Kosmetik**". An Khoiriah Amalia Siregar . NIM.0501172110. Program Studi Ekonomi Islam telah Munaqasyah pada sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri Sumatera Utara pada tanggal 24 Februari 2022. Skripsi ini telah diterima untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Islam (SE) pada Program Studi Ekonomi Islam .

Medan, 02 Januari 2022

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Ekonomi Islam

Ketua.



Nurhaili M. Koni
NIDN.0108087908.

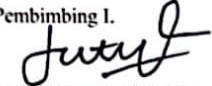
Sekretaris



Nurul Jannah, ME
NIDN.2117029201

Anggota

Pembimbing I.



Dr. Tuti Angraeni, MA.
NIDN. 2031057701.

Pembimbing II



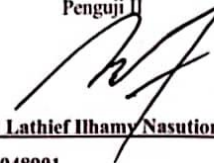
Atika, MA
NIDN. 0106038701

Penguji I.



Dr. Azhari Akmal Tarigan, MA.
NIDN.2004127204

Penguji II



Muhammad Lathief Ilhamy Nasution M.E.I
NIDN. 2026048901

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Sumatera Utara



Dr. Muhammad Yafiz, M. Ag
NIDN. 2023047602

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :

**“PENGARUH SHOPEE PAYLATER, ENDORSMENT DAN
SIKAP TABZIR TERHADAP IMPULSE BUYING
PADA PRODUK KOSMETIK”**

Oleh :

Khoiriah Amalia Siregar

Nim : 0501172110

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Program Studi Ekonomi Islam

Medan, Februari 2022

Pembimbing I



Dr. Futi Angrami, MA

NIDN. 2031057701

Pembimbing II

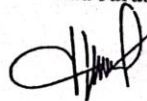


Atika MA

NIDN. 0106038701

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Imsar, M.Si

NIDN. 2003038701

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Khoiriah Amalia Siregar
Nim : 0501172110
Tempat/Tanggal Lahir : Sigambal/ 24 vember 1998
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl.Taud 107, Sidorejo, Medan Tembung

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **"PENGARUH SHOPEE PAYLATER, ENDORSMENT, DAN SIKAP TABZIR TERHADAP IMPULSE BUYING PADA PRODUK KOSMETIK (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UINSU Angkatan 2017)"** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepcenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 14 Februari 2022

Yang men



Khoiriah Amalia Siregar

Nim. 0501172110

ABSTRAK

Khoiriah Amalia Siregar (2022), NIM 0501172110, Judul Penelitian Ini Adalah : **“Pengaruh *Shopee Paylater*, *Endorsment* Dan Sikap *Tabzir* Terhadap *Impulse Buying* Pada Produk Kosmetik”**. Di Bawah Pembimbing Skripsi I Ibu Dr. Tuti Anggraini, MA dan Pembimbing Skripsi II Ibu Atika, MA.

Saat ini, Tak jarang para mahasiswa mengoleksi berbagai produk kecantikan sehingga dari hari ke hari produk kosmetik yang ada juga semakin bervariasi dan semakin diminati. Oleh karena itu, sebagai pengguna kosmetik harus lebih selektif dalam memilih produk kecantikan yang aman untuk digunakan. Dalam menentukan suatu produk yang cocok, tentunya para mahasiswa cenderung memilih secara acak tanpa terlebih dahulu mencari tahu produk mana yang dibutuhkannya. Sehingga mahasiswa akan membeli jenis produk yang sama lebih dari satu untuk mencobanya terlebih dahulu dan baru akan menentukan produk mana yang lebih cocok untuknya.

Dalam hal ini timbul lah karakteristik pembelian tidak terencana (*impulse buying*) di akibatkan adanya rangsangan lingkungan belanja, seperti halnya kemudahann metode pembayaran belanja online dengan salah satu aplikasi shopee paylater,dan juga disebabkan karena keunggulan produk yang disampaikan dalam iklan *endorsment* produk kosmetik maka konsumen akan rela mengorbankan sesuatu demi mendapatkan produk kosmetik yang mereka inginkan bukan produk kosmetik yang mereka butuhkan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka perlu di kaji : 1. Apakah pengaruh *Shopee Paylater* terhadap *Impulse Buying* pada produk Kosmetik di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara? 2. Apakah pengaruh *Endorsment* terhadap *Impulse Buying* pada produk Kosmetik di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara? 3. Apakah pengaruh sikap *Tabzir* terhadap *Impulse Buying* pada produk Kosmetik di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara? 4. Apakah pengaruh *Shopee Paylater*, *Endorstmen* dan Sikap *Tabzir* terhadap *Impulse Buying* pada produk Kosmetik di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara?.

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan menyebarkan kuisisioner kepada 107 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel shopee paylater (X_1), *endorsment* (X_2), dan sikap *tabzir* (X_3),berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pada produk kosmetik

dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU sebab nilai signifikan $< 0,05$. Hal ini diperoleh nilai signifikan shopee paylater 0,042, endorsment 0,004, dan sikap tabzir 0,017. Pengaruh variabel shopee paylater secara parsial terhadap minat beli mahasiswa sebesar 31,0%, variabel endorsment sebesar 28,2%, dan variabel sikap tabzir sebesar 23,8%. Secara simultan variabel shopee paylater (X_1), endorsment (X_2), dan sikap tabzir (X_3). Berpengaruh signifikan terhadap minat beli mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan pengaruhnya sebesar 41,9%.

Kata Kunci : *Impulse Buying, shopee paylater, endorsment dan sikap tabzir*



Kata Pengantar

Assalamua'alaikum Wr. Wb

Segala puji syukur saya ucapkan kepada Allah Swt atas beribu nikmat,berkah, atau pun karunia-Nya yang telah diberikan sampai saat ini dan dapat penulis rasakan. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Shopee Paylater, Endorsment Dan Sikap Tabzir Terhadap Impulse Buying Pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Febi Uinsu Angkatan 2017) ”**.

Selawat dan salam mari kita hadiahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad Saw, kita semua mendapatkan safaatnya baik di dunia maupun di akhirat. Skripsi ini disusun untuk dijadikan sebagai syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari pihak-pihak tertentu. Maka saya ucapkan terima kasih yang teristimewa kepada ayahanda tercinta Amat Darwis Siregar dan Ibunda Tercinta Dahniar Hasibuan yang senantiasa memberikan kasih sayang, do'a serta materi sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan di UIN Sumatera Utara dan kepada pihak-pihak yang sudah membantu, sehingga ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis ucapkan kepada :

1. Prof. Dr. Syahrin Harahap,MA Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M. Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Dr. Marliyah, M. Ag. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Dr. Fauzi Arif Lubis, MA. Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Dr. Mustafa Khamal Rokan ,M.H. Selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri Sumatera Utara.
6. Imsar, M.Si. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Serta Bapak

Rahmat Daim Harahap, M.Ak Selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

7. Dr. Hj. Yenni SamsariJuliati Nasution ,M.A Selaku Pembimbing Akademik.
8. Dr. Tuti Anggraini, MA Selaku Pembimbing Skripsi I saya yang sudah memberi banyak masukan, arahan serta nasehat selama penulis melaksanakan bimbingan.
9. Atika, MA Selaku Pembimbing Skripsi II saya yang sudah memberi banyak masukan, arahan serta nasehat selama penulis melaksanakan bimbingan.
10. Bapak Dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang telah memberikan banyak ilmunya kepada saya.
11. Teristimewa penulis mengucapkan terima kasih begitu besar saya ucapkan kepada Ayahanda tercinta Amat Darwis Siregar dan Ibunda tercinta Dahniar Hasibuan yang senantiasa memberikan kasih sayang doa sertamateri sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan di UIN Sumatera Utara Dengan Tepat Waktu.
12. Terima kasih atas Dukungan yang besar Abang saya tersayang Fitra Wirdana Siregar ST, Kakak saya Dwi Sahara Siregar S.Pd, Moch Rizfani Rifqi SE Dan Adik tersayang saya Muhammad Shinji Siregar.
13. Terima Kasih Kepada Sahabat Saya Dikos Putri Iman Sari, Okta Widya, Thya yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis.
14. Terima Kasih Kepada Sahabat Saya yaitu Inayatu Widad, Fanny Fadillah, Kiki Meisya, Rina Syafitri, Riella Khairi yang turut membantu dan memberikan semangat kepada penulis.
15. Terima kasih kepada teman seperjuangan Jurusan Ekonomi Islam D stambuk 2017.
16. Serta terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan masukan serta arahan dalam pembuatan skripsi ini.

Tiada kata yang pantas, tiada kata yang lebih indah selain ucapan terima kasih, semoga Allah Swt memberikan balasan kebaikan pula atas segala bantuan

yang diberikan kepada penulis. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini, untuk itu penulis harapkan kritik dan saran yang membangun yang diberikan pembaca untuk dapat menambah pemahaman dan wawasan penulis. Akhirnya kepada Allah Swt penulis mohon ampun dan hidayahnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk kita semua, Amiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Medan, Februari 2022



Khoiriah Amalia Siregar

NIM.0501172110



DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORITIS	
A. Deskripsi Teori	10
1. <i>Impulse Buying</i>	10
a. Defenisi <i>impulse buying</i>	10
b. Karakteristik <i>impulse buying</i>	11
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>impulse buying</i>	11
d. Tipe-tipe pembelian <i>impulse buying</i>	11
2. Produk Kosmetik	12
a. Defenisi produk kosmetik	12
b. Penggolongan produk kosmetik	13
3. <i>Shopee Paylater</i>	14
a. Defenisi <i>shopee paylater</i>	14
b. Ketentuan, syarat dan prosedur pemakaian <i>shopee paylater</i>	16
4. <i>Endorsment</i>	21
a. Defenisi <i>endorsment</i>	21
b. Macam-macam <i>endorsment</i>	24
c. Manfaat penggunaan <i>endorsment</i>	25
5. Sikap <i>Tabzir</i>	26
a. Defenisi <i>tabzir</i>	27

b. Bagian-bagian sikap <i>tabzir</i>	29
c. cara menghindari sikap <i>tabzir</i>	30
B. Kajian Terdahulu	32
C. Kerangka Teoritis	35
D. Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	40
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	41
C. Populasi dan Sampel.....	42
1. Populasi.....	42
2. Sampel.....	42
D. Jenis dan Sumber Data	43
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Definsi Operasional	44
G. Uji Instrumen.....	46
1. Uji Validitas	46
2. Uji Reliabilitas	47
H. Teknik Analisis Data	48
1. Uji Asumsi Klasik.....	48
a. Uji Normalitas	48
b. Uji Multikolinearitas	48
c. Uji Hetrokedasitas	49
2. Analisis Regresi Linier Berganda	49
3. Uji Hipotesis	50
a. Uji Determinasi (R^2)	50
b. Uji F-test.....	52
c. Uji t-test.....	52
BAB IV TEMUAN PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Febi UINSU	53
1. Sejarah Singkat FEBI	53
2. Visi dan Misi.....	54

B. Deskripsi Data Penelitian	54
C. Uji Persyaratan Analisis	61
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Data Penelitian	61
D. Uji Asumsi Klasik.....	64
1. Uji Normalitas.....	64
2. Uji Heteroskedastisitas.....	65
3. Uji Multikolinieritas.....	67
E. Uji Regresi Berganda	68
F. Uji Hipotesis.....	69
1. Uji T	69
2. Uji F	70
3. Uji Determinasi (R^2)	71
G. Interpretasi Hasil Penelitian.....	72
BAB V PENUTUP	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1. Penelitian Terdahulu	32
2. Waktu Penelitian.....	41
3. Jumlah Populasi	42
4. Jumlah Sampel Dalam Penelitian	43
5. Penilaian Angket Skala Likert.....	45
6. Defenisi Operasional	46
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	55
8. Persentase Jawaban Responden Tentang Variabel Shopee paylater (X_1) ...	56
9. Persentase Jawaban Responden Tentang Variabel endorsment (X_2)	57
10. Persentase Jawaban Responden Tentang Variabel sikap tabzir (X_3).....	58
11. Persentase Jawaban Responden Tentang Variabel Impulse buying (Y)	60
12. Hasil Uji Validitas Shopee paylater.....	61
13. Hasil Uji Validitas Endorsment.....	62
14. Hasil Uji Validitas Sikap Tabzir.....	62
15. Hasil Uji Validitas Impulse buying	63
16. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	63
17. Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov.....	65
18. Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser	66
19. Hasil Uji Multikolinearitas	67
20. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	68
21. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	69
22. Hasil Uji F	71
23. Hasil Uji R^2	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal.
1. Perkembangan Pasar Industri Kecantikan di Indonesia	1
2. Diagram Penelitian Awal	5
3. <i>Shopee Paylater</i> Di Aplikasi Shopee	15
4. Kerangka Teoritis	39
5. Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	64
6. Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatter Plot.....	65

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN