

**PENGARUH PROMOSI SHOPEE AFFILIATE, PROMOSI BELLOW
THE LINE, DAN POSITIVE EMOTION TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN IMPULSIF SECARA ONLINE (STUDI KASUS
MAHASISWA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI UINSU)**

SKRIPSI

Oleh :

Kinanti Putri Bestari

NIM 0501182080

Program Studi

EKONOMI ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2023 M/ 1444 H

**PENGARUH PROMOSI SHOPEE AFFILIATE, PROMOSI BELLOW
THE LINE, DAN POSITIVE EMOTION TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN IMPULSIF SECARA ONLINE (STUDI KASUS
MAHASISWA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI UINSU)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memenuhi Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Dalam Program Studi Ekonomi Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara

Oleh :

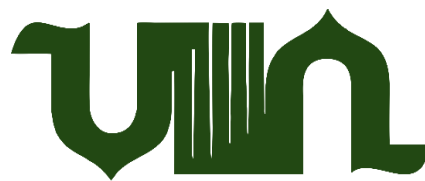
Kinanti Putri Bestari

NIM 0501182080

Program Studi

EKONOMI ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2023 M/ 1444 H

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kinanti Putri Bestari
NIM : 0501182080
Tempat/Tanggal lahir : P. Brandan, 04 Januari 2000
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Lingkungan Tanah Rendah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul "PENGARUH PROMOSI SHOPEE AFFILIATE, PROMOSI BELLOW THE LINE, DAN POSITIVE EMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF SECARA ONLINE (STUDI KASUS MAHASISWA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI UINSU)" benar karya asli saya, kecuali kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila ada kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 21 Februari 2023

Yang membuat pernyataan


METERAI
TEMPEL

SA 97AKX450565255

Kinanti Putri Bestari
0501182080

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

“PENGARUH SHOPEE AFFILIATE, PROMOSI BELLOW THE LINE, DAN POSITIVE EMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF SECARA ONLINE (STUDI KASUS MAHASISWA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI UINSU)”

Oleh :

Kinanti Putri Bestari
0501182080

Dapat Disetujui Sebagai Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E)
Pada Program Studi Ekonomi Islam
Medan, Februari 2023

Pembimbing I



Dr. Muhammad Arif, MA
NIDN 2112018501

Pembimbing II



Mawaddah Irham, M.E.I
NIDN 2014048601

Mengetahui
Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Imsar, M. Si
NIDN.2003038701

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul "PENGARUH PROMOSI SHOPEE AFFILIATE, PROMOSI BELLOW THE LINE, DAN POSITIVE EMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF SECARA ONLINE (STUDI KASUS MAHASISWA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI UINSU)". Kinanti Putri Bestari, NIM 0501182080 Program Studi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada tanggal 24 Mei 2023. Skripsi ini telah diterima memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E) pada Prodi Ekonomi Islam.

Medan, 05 Juni 2023
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Ekonomi Islam UIN-SU

Ketua,


Imsar, M.S.
NIDN. 2003038701


Sekretaris


Rahmat Daim Tarabap, M.Ak
NIDN. 0126099001

Anggota

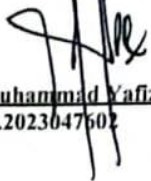

Dr. Muhammad Arif, MA
NIDN. 2112018301


Mawaddah Irham, M.E.I
NIDN. 2014048601


Maryam Batubara, Ph. D. M.A
NIDN. 2016077202


Khairina Tambunan, M.E.I
NIDN. 0112018501

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sumatera Utara Medan


Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIDN.2023047602

ABSTRAK

Penelitian Kinanti Putri Bestari (2023) Skripsi berjudul, “**Pengaruh promosi shopee affiliate, promosi bellow the line, dan positive emotion terhadap keputusan pembelian impulsif secara online (Studi kasus mahasiswa pengguna aplikasi shopee di UINSU)**” dengan dosen pembimbing skripsi 1 Bapak Dr. Muhammad Arif, MA serta dosen pembimbing 2 Ibu Mawaddah Irham, M.E.I.

Penelitian ini bertujuan guna menelaah pengaruh shopee affiliate, promosi bellow the line serta positive emotion terhadap pembelian impulsif secara online pada mahasiswa UINSU. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data mengenai kuisisioner dengan teknik simple random sampling sejumlah 99,67 namun saya bulatkan menjadi 100 responden. Dengan catatan siswa aktif UINSU. Semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. PromosiShopee Affiliate tidak berpengaruh dengan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Impulsif. Promosi Below The Line tidak berpengaruh dengan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Impulsif. Positive Emotion berdampak dengan konkret serta signifikan terhadap Keputusan Pembelian Impulsif. Hal ini dapat dilihat dari skor thitung ialah sebesar 5,094 serta koefisien regresi (β) 1,708 dengan probabilitas (p) = 0,000 dan menandakan bahwa semakin tinggi nilai Positive Emotion, maka semakin tinggi Keputusan Pembelian Impulsifnya. Berdasarkan ketentuan uji F dimana skor probabilitas (p) $\leq 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Promosi Shopee Affiliate, Promosi Below The Line, Positive Emotion dengan simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Impulsif secara online pada mahasiswa UINSU.

Kata Kunci : Promosi *Shopee Affiliate*, Promosi *Bellow The Line*, Positive Emotion, Pembelian Impulsif

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah rabbil'alamin, penulis ucapkan rasa syukur atas Allah Swt yang telah menyampaikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis diberikan kemampuan, dengan fisik, serta psikologi sehingga penulis sanggup menyelesaikan penulisan karya tulis ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Promosi shopee affiliate, promosi bellow the line, serta positive emotion terhadap keputusan pembelian impulsif secara online (Studi kasus mahasiswa pengguna aplikasi shopee di UINSU)”**.

Tak lupa penulis panjatkan sholawat bertangkaikan salam dilantunkan atas Nabi Muhammad Saw yang telah membawa kita kezaman yang gelap gulita ke arah zaman yang terang benderang seperti saat ini.

Penulisan skripsi ini masih jauh di kata sempurna, namun penulis sangat berterimakasih kepada segenap pihak yang telah membimbing dan membantu penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan disini. Penulis menyampaikan rasa hormat dan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abu Rokhmad, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara serta Wakil Dekan I, II, III.
3. Bapak Imsar, M.Si selaku ketua Jurusan Ekonomi Islam FEBI Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Isnaini Harahap, M. Ag selaku Penasehat Akademik Penulis yang telah memberikan banyak bimbingan, arahan, serta masukan dan saran yang sangat berguna bagi penulis guna menyelesaikan proposal skripsi.
5. Bapak Dr. Muhammad Arif, MA selaku dosen pembimbing skripsi 1 yang telah meluangkan waktu serta tenaga untuk memberikan bimbingan, masukan serta arahan dan saran-saran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Ibu Mawaddah Irham, M.E.I selaku dosen pembimbing skripsi 2 yang telah meluangkan waktu serta tenaga untuk memberikan bimbingan, masukan serta arahan dan saran-saran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan yang telah memberikan dedikasinya kepada penulis sehingga penulis memperoleh banyak ilmu pengetahuan, pengalaman, serta pengamalan semasa perkuliahan.
8. Seluruh Staf Akademik yang memberikan pelayanan selama proses administrasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
9. Teristimewa penulis ucapkan terima kasih serta rasa hormat yang setinggi-tingginya kepada Ibunda tercinta Atik Sulistiowati serta Ayahanda Subowo atas segala daya serta upaya yang telah membesarkan, mendidik, memberikan dukungan, serta tak lupa juga selalu mendoakan penulis sehingga sanggup menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik. Begitu pula kepada abang tercinta, Krishna Bayu Ramadhan serta keluarga besar yang selalu memberikan semangat, nasihat serta dukungan di dalam kehidupan penulis.
10. Kepada teman-teman, Sri Nadia Putri, Salsabilla Siagian, serta Anggi Kartika, selaku teman seperjuangan yang telah memberikan bantuan, dukungan semangat dan motivasi kepada saya.
11. Kepada teman Kos Pinus 32, Kak Liza, Maudi, Ain, Ira serta yang lainnya selalu senantiasa mendengar keluh kesah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Terima kasih kepada semua member K-pop “BTS dan Seventeen” yang secara tidak langsung telah menjadi penyemangat dan menemani penulis melalui lagu-lagunya selama proses penulisan skripsi ini.
13. Masyarakat Ekonomi Islam-A 2018 yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, selaku kawan berbagi yang tidak hanya di kelas melainkan pula diluar kelas.

14. Terima kasih atas pihak-pihak lain yang turut berpengaruh dalam penulisan ini yang tidak sanggup disebutkan namanya satu per satu oleh penulis.

Semoga segala bantuan, bimbingan, arahan dan doa yang diberikan kepada penulis dianggap ibadah oleh Allah SWT dan diberkahi olehnya. Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua orang. Amin!.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Medan, 30 Januari 2023

Penulis,

Kinanti Putri Bestari

NIM: 0501182080

UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB 1 : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II : LANDASAN TEORI.....	12
A. Keputusan Pembelian.....	12
B. Pembelian Impulsif.....	19
C. Shopee Affiliate/ Affiliate Marketing.....	28
D. Promosi Bellow The Line.....	32
E. Positive Emotion.....	35
F. Penelitian Terdahulu.....	37
G. Kerangka Teoritis.....	43
H. Hipotesis.....	44
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN.....	45
A. Pendekatan Penelitian.....	45
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	45
C. Jenis Dan Sumber Data.....	47
D. Populasi Dan Sampel.....	47

E. Variabel Penelitian serta Definisi Operasional.....	48
F. Teknik serta Instrumen Pengumpulan Data.....	51
G. Analisis Data.....	52
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Gambaran Umum Penelitian.....	57
B. Deskripsi Responden Penelitian.....	60
C. Deskripsi Variabel.....	61
D. Uji Kevalidan Data.....	70
E. Uji Asumsi Klasik.....	74
F. Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
G. Uji Hipotesis.....	81
H. Interpretasi Hasil Penelitian.....	83
BAB V : PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	94
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel

Tabel 1.1 Pembelian Kategori Fashion Pada E-Commerce Indonesia...	2
Tabel 1.2 Persaingan E-Commerce di Indonesia.....	2
Tabel 1.5 Perbedaan Above The Line, Bellow The Line, serta Through The Line.....	34
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	46
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	49
Tabel 3.3 Instrumen Skala Likeart.....	52
Tabel 4.1 Demograsi Responden Berdasarkan Fakultas.....	60
Tabel 4.2 Demograsi Responden Berdasarkan Jurusan.....	61
Tabel 4.3 Demograsi Responden Berdasarkan Gender.....	62
Tabel 4.4 Deskripsi Statistik Variabel Shopee Affiliate.....	63
Tabel 4.5 Deskripsi Statistik Variabel Promosi Bellow The Line.....	64
Tabel 4.6 Deskripsi Statistik Variabel Positive Emotion.....	66
Tabel 4.7 Deskripsi Statistik Variabel Keputusan Pembelian Impulsif..	68
Tabel 4.8 Validitas Shopee Affiliate.....	70
Tabel 4.9 Validitas Promosi Bellow The Line.....	71
Tabel 4.10 Validitas Positive Emotion.....	72
Tabel 4.11 Validitas Keputusan Pembelian Impulsif.....	73

Tabel 4.12 Reliabilitas.....	74
Tabel 4.13 Uji Normalitas.....	75
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 4.15 Uji Heteroskedastisitas.....	78
Tabel 4.16 Uji T.....	80
Tabel 4.17 Uji T.....	81
Tabel 4.18 Uji F.....	82
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi.....	82



DAFTAR GAMBAR

Gambar

Gambar 1.1 Top 5 Website E-Commerce Terpopuler di Asia Tenggara...	4
Gambar 2.1 Proses Pembelian.....	15
Gambar 3.1 Kerangka Teoritis.....	43
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	76
Gambar 4.2 Grafik P-P Plot.....	76
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	79

UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
SUMATERA UTARA MEDAN