

PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN *BONUS PACK* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PRODUK SOMETHING DI *LIVE* TIKTOK WILAYAH JAKARTA

DEVITA INDRIANA SARI



**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* Terhadap *Impulsive Buying* Produk Somethinc di *Live TikTok* Wilayah Jakarta” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Oktober 2024

Devita Indriana Sari
H2401201004

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

DEVITA INDRIANA SARI. Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* Terhadap *Impulsive Buying* Produk Somethinc di *Live* TikTok Wilayah Jakarta. Dibimbing oleh MUSA HUBEIS.

Perkembangan pesat Teknologi Informasi terutama *platform* TikTok telah mengubah lanskap pemasaran. Penelitian ini bertujuan mengkaji pengaruh *price discount* dan *bonus pack* berdampak pada *impulsive buying* produk Somethinc selama *live streaming* di TikTok. Jenis penelitian bersifat kuantitatif dengan teknik *non-probability sampling*, *purposive sampling* pada 100 responden di Jakarta sesuai dengan kriteria umur, pekerjaan, frekuensi pembelian, dll. Data penelitian menggunakan kuesioner *online* pada Maret - Juli 2024 dan dianalisis menggunakan *software* SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 25. Hasil menunjukkan *price discount* dan *bonus pack* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pembelian *impulsive buying* sebesar 71,7%. *Bonus pack* memberikan pengaruh dominan dengan nilai uji parsial 10,896. Bukti yang ada dapat dimanfaatkan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif guna memaksimalkan pembelian impulsif selama *live streaming* di TikTok, terutama melalui penerapan *price discount* dan *bonus pack*.

Kata kunci: *Bonus Pack*, *Impulsive Buying*, *Live Streaming* TikTok, *Price Discount*, Produk *Somethinc*.

ABSTRACT

DEVITA INDRIANA SARI. The Effect of Price Discount and Bonus Pack on Impulsive Buying of Somethinc Products on Live Tiktok in the Jakarta Area. supervised by MUSA HUBEIS.

The rapid development of Information Technology, especially the TikTok platform, has changed the marketing landscape. This study aims to examine the effect of price discounts and bonus packs on impulsive buying of Somethinc products during live streaming on TikTok. The type of research is quantitative with non-probability sampling techniques, purposive sampling on 100 respondents in Jakarta according to the criteria of age, occupation, purchase frequency, etc. The research data used an online questionnaire in March - July 2024 and was analyzed using SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) version 25. The results show that price discounts and bonus packs simultaneously have a significant effect on impulsive buying by 71.7%. Bonus packs have a dominant influence with a partial test value of 10.896. The existing evidence can be used to develop more effective marketing strategies in the future. The existing evidence can be used to design more effective marketing strategies to maximize impulse purchases during live streaming on TikTok, especially through the implementation of price discounts and bonus packs.

Keyword: *Bonus Pack*, *Impulsive Buying*, *Live Streaming* TikTok, *Price Discount*, *Somethinc* product.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN *BONUS PACK*
TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PRODUK *SOMETHING*
DI *LIVE TIKTOK* WILAYAH JAKARTA**

DEVITA INDRIANA SARI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Manajemen

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Nurul Hidayati, S.E., M.Si.

2. Diki Akhwan Mulya, S.E., M.Si.

Judul Skripsi : Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* Terhadap *Impulsive Buying* Produk Somethinc di *Live TikTok* Wilayah Jakarta.

Nama : Devita Indriana Sari
NIM : H2401201004

Disetujui oleh

Pembimbing :

Prof. Dr. Ir. H. Musa Hubeis M.S., Dipl., D.E.A.
NIP 195506261980031002



Diketahui oleh

Ketua Departemen Manajemen:

Dr. Eko Ruddy Cahyadi, S.Hut., M.M.
NIP 197812132006041001



Tanggal Ujian:
26 September 2024

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Fokus yang dipilih dalam penelitian ini adalah *marketing* yang dilaksanakan sejak bulan Maret Juli 2024, dengan judul “Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* Terhadap *Impulsive buying* Produk Somethinc di *Live Tiktok* Wilayah Jakarta”.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan karya ilmiah ini diperlukan bantuan dari berbagai pihak. Penulis mengetahui banyak orang membantu dalam menyelesaikan karya ilmiah ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat serta karunia pertolongan-Nya selama penulis menyusun karya ilmiah.
2. Prof. Dr. Ir. H. Musa Hubeis M.S., Dipl., D.E.A. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberi saran masukan dalam proses penyelesaian karya ilmiah ini.
3. Ayah dan Ibu, selaku orang tua yang selalu memanjatkan do'a tak terhentinya untuk penulis, telah menjadi penuntun langkah dalam menempuh pendidikan saat ini dan kehidupan selanjutnya. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan keberkahan, kesehatan dan kebahagiaan dalam setiap langkahnya, karena penulis tahu tak akan pernah bisa membalas semua cintanya yang telah diberikan.
4. Kakak dan adik tersayang, Roby G, S.H. dan Affan T. Terima kasih atas do'a dan dukungan dalam setiap saat. Tak lupa juga kepada Unggia, Yoongi dan Minniemoonie yang setia menghibur dan menemani penulis.
5. Almasah, Angel, dan Risma selaku sahabat terbaik dalam memberikan segala dukungan, semangat dan banyak cerita yang kalian beri sepanjang perjalanan pendidikan ini. Semua akan terkenang sangat apik. *Let's get ready to make it, guys! We can do this!*
6. Fatimah Nur H, S.Pd. Sahabat yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam penyusunan karya ilmiah di saat penulis merasa kehilangan arah.

Karya ilmiah ini diharapkan dapat berguna bagi siapa pun yang memerlukan, serta memberi sumbangsih bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Bogor, Oktober 2024

Devita Indriana Sari

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	8
1.5 Ruang Lingkup	8
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pemasaran	9
2.1.1 Strategi Promosi Pemasaran	10
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Hipotesis	13
III METODE	15
3.1 Kerangka Pemikiran	15
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	15
3.3 Jenis dan Sumber Data	16
3.4 Metode Penarikan Sampel	16
3.5 Metode Pengumpulan Data	17
3.5.1 Uji Validitas	17
3.5.2 Uji Reliabilitas	18
3.6 Metode Pengolahan dan Analisis Data	19
3.6.1 Analisis Deskriptif	19
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	20
3.6.3 Uji Hipotesis	21
3.7 Operasional Variabel	22
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	24
4.2 Karakteristik Responden	24
4.3 Hasil Analisis Deskriptif	26
4.3.1 Karakteristik Responden Terhadap <i>Price Discount</i>	26
4.3.2 Karakteristik Responden Terhadap <i>Bonus Pack</i>	27
4.3.3 Karakteristik Responden terhadap <i>Impulsive Buying</i>	28
4.4 Uji Asumsi Klasik	29
4.4.1 Uji Normalitas	29
4.4.2 Uji Multikolineritas	30
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	31
4.4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	31
4.5 Uji Hipotesis	32
4.5.1 Uji Parsial (Uji t)	32



4.5.2	Uji Simultan (Uji F)	33
4.5.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	33
4.6	Pembahasan	34
4.7	Implikasi Manajerial	36
SIMPULAN DAN SARAN		37
5.1	Simpulan	37
5.2	Saran	37
DAFTAR PUSTAKA		38
LAMPIRAN		43
RIWAYAT HIDUP		58

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

1	Penelitian terdahulu	13
2	Hipotesis penelitian	14
3	Nilai P (1-P)	16
4	Skala <i>Likert</i>	17
5	Uji validitas	18
6	Uji reliabilitas	19
7	Rentang skala analisis deskriptif	20
8	Operasional variabel	22
9	Analisis data statistik responden	24
10	Karakteristik responden <i>price discount</i>	27
11	Karakteristik responden terhadap <i>bonus pack</i>	27
12	Karakteristik responden <i>impulsive buying</i>	28
13	Uji normalitas (<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>)	29
14	Uji multikolineritas	30
15	Uji heterokedastisitas	31
16	Uji regresi linear berganda	31
17	Uji parsial (Uji t)	32
18	Uji simultan (Uji F)	33
19	Uji koefisien determinasi (R^2)	34

DAFTAR GAMBAR

1.	<i>Top 5 Countries with Most Internet User (2023)</i>	1
2.	Peningkatan individu pengguna <i>internet</i> di Indonesia	2
3.	Sektor penyumbang ekonomi digital terbesar Indonesia (2023)	3
4.	Media sosial terpopuler di Indonesia 2024	5
5.	Model penelitian	14
6.	Kerangka pemikiran	15
7.	Histogram uji normalitas	29
8.	<i>P-plot</i> uji normalitas	30

DAFTAR LAMPIRAN

1.	Kuesioner	44
2.	Uji validitas	52
3.	Uji reliabilitas	54
4.	Analisis deskriptif <i>price discount</i>	55
5.	Analisis deskriptif <i>bonus pack</i>	56
6.	Analisis deskriptif <i>impulsive buying</i>	5



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.