

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP *ONLINE IMPULSE BUYING* PADA PRODUK *FASHION ZALORA* (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA)**

**FAUZIAH FEBRIANI SUSANTI**

**1702517023**



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapat gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2020**

***THE INFLUENCES OF SALES PROMOTION ON ONLINE  
IMPULSE BUYING IN ZALORA FASHION PRODUCTS  
(CASE STUDY ON STUDENTS OF UNIVERSITAS NEGERI  
JAKARTA)***

**FAUZIAH FEBRIANI SUSANTI**

**1702517023**



*Research paper was written to fulfill one the requirements to get the title of Ahli  
Madya at the Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.*

***MARKETING MANAGEMENT DIII STUDY PROGRAM  
FACULTY OF ECONOMICS  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2020***

## ABSTRAK

**Fauziah Febriani Susanti, 2020; Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap *Online Impulse Buying* Pada Produk *Fashion Zalora* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta). Karya Ilmiah, Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.**

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui gambaran tentang promosi penjualan dan *online impulse buying* 2) Mengetahui apakah promosi penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap *online impulse buying* pada produk *fashion Zalora*. Sampel yang digunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Pada penelitian ini data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel promosi penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap *online impulse buying* sebesar 33,9% dan sisanya sebesar 66,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Promosi Penjualan, *Online Impulse Buying*

## ABSTRACT

**Fauziah Febriani Susanti, 2020; *The Influence of Sales Promotion on Online Impulse Buying in Zalora Fashion Products (Case Study on Students of Universitas Negeri Jakarta)*. Scientific Paper, Marketing Management DIII Study Program. Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta.**

*This study aims to: 1) Know the description of sales promotion and online impulse buying 2) Know whether sales promotion has a significant effect on online impulse buying in Zalora fashion products. The sample is used techniques Purposive Sampling with a sample of 100 respondents. In this research the data was collected by spreading a questionnaires. The data analysis method is used by simple linear regression. The results of this study can be seen that the variable sales promotion significantly influence online impulse buying by 33,9% and the remaining 66,1% is influenced by other factors.*

*Keywords: Sales Promotion, Online Impulse Buying*

## LEMBAR PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd  
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Agung Kresnamurti R. P., ST., M.M.</u> NIP. 197404162006041001 (Ketua Penguji)		<u>13 - 8 - 2020</u>
2	<u>M. Edo S. Siregar, SE., M.B.A.</u> NIP. 197201252002121002 (Penguji Ahli)		<u>22 - 8 - 2020</u>
3	<u>Dra. Sholikhah, M.M.</u> NIP. 196206231990032001 (Dosen Pembimbing)		<u>8 - 8 - 2020</u>

Nama : Fauziah Febriani Susanti  
No. Registrasi : 1702517023  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Tanggal Lulus : 22 Juni 2020

# PERNYATAAN ORISINALITAS

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya Ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan Tinggi lain.
2. Karya Ilmiah ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 26 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



Fauziah Febriani Susanti  
NIM. 1702517023

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan Karya Ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap *Online Impulse Buying* Pada Produk *Fashion Zalora* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)”** ini dengan baik.

Dalam penyusunan Karya Ilmiah ini peneliti mendapatkan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak yang sudah memberikan kritik dan saran dalam membantu menyelesaikan penyusunan Karya Ilmiah ini khususnya kepada:

1. Dra. Sholikhah, M.M. selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan selaku dosen pembimbing Karya Ilmiah yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penyusunan Karya Ilmiah ini.
2. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan secara materi dan spiritual.
4. Rekan-rekan mahasiswa khususnya DIII Manajemen Pemasaran yang sudah berkenan membantu dalam penyusunan Karya Ilmiah ini.

Peneliti menyadari bahwa Karya Ilmiah ini masih jauh dari kesempurnaan karena pengetahuan dan pengalaman dari peneliti yang terbatas. Oleh karena itu,

peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga Karya Ilmiah ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu khususnya pada *e-commerce*.

Jakarta, 11 Mei 2020

Peneliti