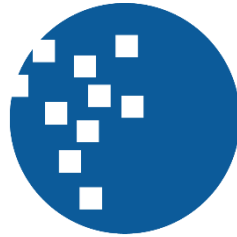


**PENGARUH AKTIVITAS *SALES PROMOTION* NACIFIC X
STRAY KIDS TERHADAP *IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR*
PENGGEMAR STRAY KIDS**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skripsi

Jovisia Jolie

00000045588

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI STRATEGIS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

**PENGARUH AKTIVITAS SALES PROMOTION NACIFIC X
STRAY KIDS TERHADAP IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR
PENGGEMAR STRAY KIDS**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Jovisia Jolie

00000045588

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI STRATEGIS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jovisia Jolie
NIM : 00000045588
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:
“PENGARUH AKTIVITAS SALES PROMOTION NACIFIC X STRAY KIDS
TERHADAP IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR PENGGEMAR STRAY
KIDS”

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 31 Mei 2024



(Jovisia Jolie)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH AKTIVITAS SALES PROMOTION NACIFIC X STRAY KIDS
TERHADAP IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR PENGGEMAR STRAY KIDS

Oleh

Nama : Jovisia Jolie
NIM : 00000045588
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 31 Mei 2024

Pembimbing



Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si.

0307128703

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH AKTIVITAS SALES PROMOTION NACIFIC X STRAY KIDS
TERHADAP IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR PENGGEMAR STRAY KIDS

Oleh

Nama : Jovisia Jolie
NIM : 00000045588
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 10 Juni 2024
Pukul 14.30 s.d 16.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang
Dr. Arsa
Widitiarsa Utoyo
2024.06.24
15:04:26 +07'00'
Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn
0313068201

Penguji



Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm
0304078404

Pembimbing



Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si.
0307128703

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.06.24
17:46:53 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jovisia Jolie
NIM : 00000045588
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Aktivitas Sales Promotion Nacific X
Stray Kids Terhadap Impulsive Buying Behavior Penggemar Stray Kids

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)**.

Tangerang, 31 Mei 2024



(Jovisia Jolie)

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Aktivitas Sales Promotion Nacific x Stray Kids Terhadap Impulsive Buying Behavior Penggemar Stray Kids” dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini dibuat berdasarkan pengalaman yang didapatkan dalam proses belajar mengajar di Universitas Multimedia Nusantara sekaligus sebagai konsumen Nacific yang merasa tertarik dengan fenomena yang terjadi ini. Selain itu, penyusunan skripsi ini dibuat dengan tujuan untuk mendapatkan gelar S1 Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dari Universitas Multimedia Nusantara.

Saya menyadari bahwa pembuatan skripsi ini bukanlah hal yang mudah, dan tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini akan sangat sulit untuk menyelesaikan skripsi ini hingga akhir. Maka dari itu, saya mengucapkan terima kasih terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Se., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si, sebagai dosen ahli pembimbing karya yang telah memberikan bimbingan, saran, dan kritikan atas skripsi ini.
5. Keluarga dan teman saya yang telah memberikan dukungan material dan moral, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Tangerang, 31 Mei 2024



(Jovisia Jolie)

**PENGARUH AKTIVITAS SALES PROMOTION NACIFIC X STRAY KIDS
TERHADAP IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR PENGGEMAR STRAY
KIDS**

(Jovisia Jolie)

ABSTRAK

Dalam melakukan pembelian *skincare* dan kosmetik, ada banyak pertimbangan yang akan memengaruhi pembelian konsumen, salah satunya adalah promosi yang dilakukan oleh penjual. Bentuk promosi yang seringkali digunakan adalah *sales promotion*, yaitu aktivitas pemasaran yang dimana pembeli atau konsumen akan mendapatkan nilai ekstra atau insentif. Tidak terkecuali Nacific yang melakukan *sales promotion* produk kosmetik dan *skincarenya* bersama Stray Kids. Terkadang, *sales promotion* juga dapat memengaruhi pembelian yang tidak terduga, yang disebut sebagai *impulsive buying behavior*. Oleh karena itu, untuk menjalankan penelitian, penelitian ini menggunakan dua konsep, yaitu *Sales Promotion* oleh Kotler & Keller dan *Impulsive Buying Behavior* oleh Beatty & Ferrel. Penelitian ini adalah penelitian eksplanatif kuantitatif dengan menggunakan metode survei, Pada penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner ke 262 responden untuk mengetahui apakah *sales promotion* yang dilakukan oleh Nacific dapat mempengaruhi *impulsive buying behavior*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *sales promotion* Nacific x Stray Kids terhadap *impulsive buying behavior* penggemar Stray Kids sebagai konsumen Nacific tergolong rendah yakni sebesar 14,8% dikarenakan hadiah yang diberikan bersifat acak dan pembeli tidak ingin membeli produk secara *bundle*.

Kata kunci: Sales Promotion, Impulsive Buying Behavior, Nacific, Stray Kids.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

***THE INFLUENCE OF NACIFIC X STRAY KIDS SALES PROMOTION
ACTIVITIES ON THE IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR OF STRAY KIDS
FANDOM***

(Jovisia Jolie)

ABSTRACT (English)

When purchasing skincare and cosmetics, there are many considerations that will influence consumer purchases, one of which is promotions carried out by sellers. The form of promotion that is often used is sales promotion, which can be described as a marketing activity where buyers or consumers will get extra value or incentives when buying the products. Nacific is no exception, which carries out sales promotions for its cosmetic and skincare products with Stray Kids. Sometimes, sales promotions can also influence unexpected purchases, which is called impulsive buying behavior. Therefore, to carry out research, this research uses two concepts, Sales Promotion by Kotler & Keller and Impulsive Buying Behavior by Beatty & Ferrell. This research is quantitative explanatory research using survey methods. In this research, researchers distributed questionnaires to 262 respondents to find out whether the sales promotion by Nacific could influence impulsive buying behavior. The research results show that there is an influence of the Nacific x Stray Kids sales promotion on the impulsive buying behavior of Stray Kids fans as Nacific consumers, and the influence is relatively low, namely 14.8% because the prizes given are random and buyers do not want to buy products in bundles.

Keywords: Sales Promotion, Impulsive Buying Behavior, Nacific, Stray Kids.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	7
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	7
1.5.3 Keterbatasan Penelitian.....	7
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Konsep.....	1
2.2.1 Sales Promotion.....	1
2.2.2 Impulsive Buying Behavior.....	5
2.3 Hipotesis Teoritis.....	8

2.4	Alur Penelitian	9
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		10
3.1	Jenis dan Sifat Penelitian	10
3.2	Metode Penelitian.....	10
3.3	Populasi dan Sampel.....	11
3.3.1	Populasi.....	11
3.3.2	Sampel	11
3.4	Operasionalisasi Variabel/Konsep.....	12
3.4.1	Variabel Independen (X)	13
3.4.2	Variabel Dependen (Y)	15
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.5.1	Data Primer.....	19
3.5.2	Data Sekunder.....	20
3.6	Teknik Pengukuran Data (uji validitas dan reliabilitas)	20
3.6.1	Uji Validitas	20
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	23
3.7	Teknik Analisis Data	23
3.7.1	Uji Normalitas	23
3.7.2	Uji Korelasi	24
3.7.3	Regresi Linear Sederhana.....	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		25
4.1	Subjek/Objek Penelitian.....	25
4.1.1	Subjek Penelitian	25
4.1.2	Objek Penelitian.....	25
4.2	Hasil Penelitian	26
4.2.1	Karakteristik Responden	26
4.2.2	Variabel Sales Promotion	27
4.2.3	Variabel Impulsive Buying Behavior	34
4.2.4	Uji Normalitas Data	43
4.2.5	Uji Korelasi	45
4.2.6	Regresi Linear Sederhana.....	46
4.3	Pembahasan	48

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1 Simpulan.....	56
5.2 Saran.....	56
5.2.1 Saran Akademis.....	56
5.2.2 Saran Praktis.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	61
a. Formulir Kartu Bimbingan.....	61
b. Lembar Pengecekan Plagiarisme	62
c. Resume Peneliti	63
d. Kuesioner Penelitian.....	64
e. Data Olahan SPSS.....	73
f. Data Responden.....	87



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	3
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Independen (X).....	13
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Dependen (Y).....	16
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X	21
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y	22
Tabel 4. 1 Hasil Penelitian Variabel X (Dimensi Size).....	27
Tabel 4. 2 Hasil Penelitian Variabel X (Dimensi <i>Condition for Participation</i>) ...	28
Tabel 4. 3 Hasil Penelitian Variabel X (Dimensi <i>Durations</i>)	29
Tabel 4. 4 Hasil Penelitian Variabel X (Dimensi Distribution)	30
Tabel 4. 5 Hasil Penelitian Variabel X (Dimensi Timing)	31
Tabel 4. 6 Hasil Penelitian Variabel Y (Dimensi Urge to Purchase)	34
Tabel 4. 7 Hasil Penelitian Variabel Y (Dimensi Positive Affect).....	35
Tabel 4. 8 Hasil Penelitian Variabel Y (Dimensi Browsing).....	36
Tabel 4. 9 Hasil Penelitian Variabel Y (Dimensi Shopping Enjoyment)	38
Tabel 4. 10 Hasil Penelitian Variabel Y (Dimensi <i>Time Available</i>).....	39
Tabel 4. 11 Hasil Penelitian Variabel Y (Dimensi <i>Money Available</i>).....	40
Tabel 4. 12 Hasil Penelitian Variabel Y (Dimensi <i>Impulsve Buying Tendency</i>)..	41

U M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

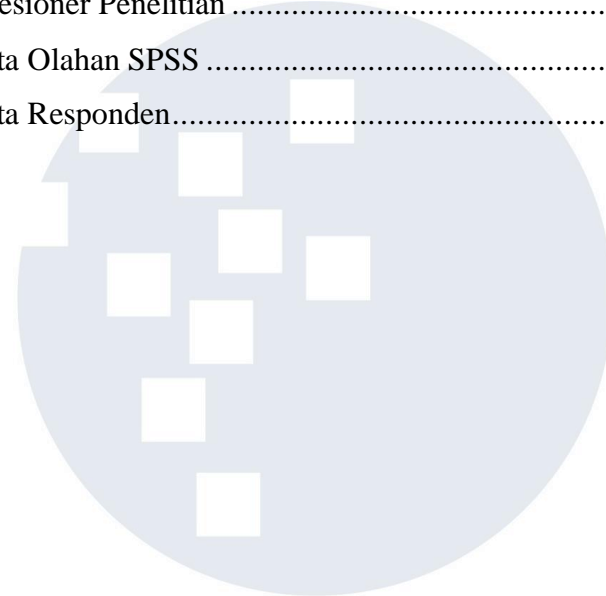
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Poster Nacific berkolaborasi dengan Stray Kids.....	2
Gambar 1. 2 Hasil Sales Promotion Nacific berkolaborasi dengan Stray Kids.....	4
Gambar 2. 1 Alur Penelitian	9
Gambar 3. 1 Jumlah Sampel menurut Malhotra	12
Gambar 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas dengan SPSS 29.0	23
Gambar 4. 1 Hasil Pengolahan Data Responden	26
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas dengan SPSS 29.0	43
Gambar 4. 3 Histogram Uji Normalitas	44
Gambar 4. 4 Grafik Probability Plot (P-Plot) Uji Normalisasi Penelitian	45
Gambar 4. 5 Hasil Uji Korelasi dengan SPSS 29.0	45
Gambar 4. 6 Model Summary Data Penelitian (Koefisien Determinasi).....	46
Gambar 4. 7 Anova Data Penelitian	47
Gambar 4. 8 Uji Regresi Linear Sederhana Data Penelitian.....	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Formulir Kartu Bimbingan	61
Lampiran 2: Lembar Pengecekan Plagiarisme	62
Lampiran 3: Resume Peneliti	63
Lampiran 4: Kuesioner Penelitian	64
Lampiran 5: Data Olahan SPSS	73
Lampiran 6: Data Responden.....	87



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA