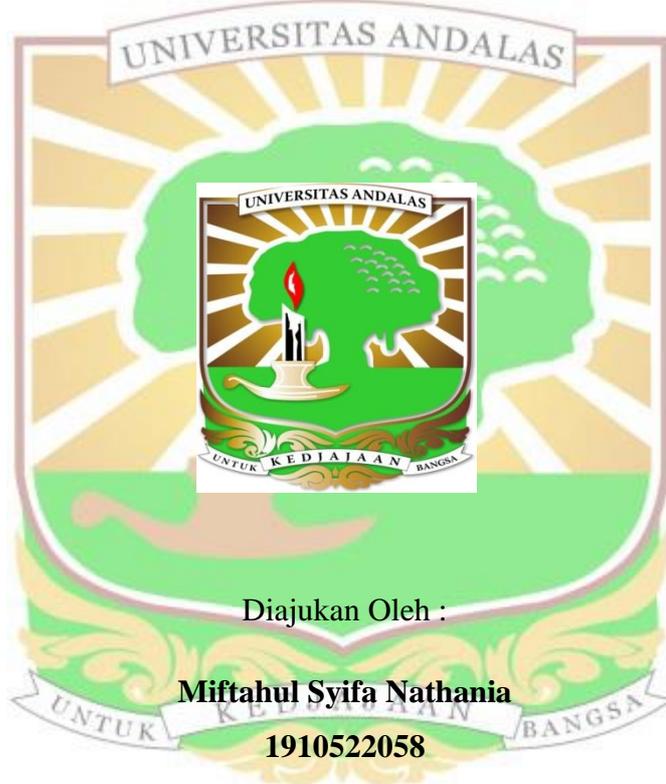


**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN HARBOUNAS DAN SIKAP  
KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF YANG  
DIMODERASI OLEH METODE PEMBAYARAN COD PADA  
KONSUMEN MILENIAL SHOPEE DI KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program  
Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Diajukan Oleh :

**Miftahul Syifa Nathania**

**1910522058**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG**

**2023**

	No. Alumni Universitas	<b>Miftahul Syifa Nathania</b>	No. Alumni Fakultas
a) Tempat/Tgl Lahir : Padang/20 Mei 2002 b) Nama Orangtua : Jofrinaldi dan Yanti Mala c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis d) Departemen : Manajemen e) NIM : 1910522058 f) Tanggal Lulus : 25 November 2023 g) Predikat Lulus : Dengan Pujian h) IPK : 3,69 i) Lama Studi : 4 Tahun 3 Bulan j) Alamat : Gurun Panjang, Kota Bukittinggi.			

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN HARBOLNAS DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF YANG DIMODERASI OLEH METODE PEMBAYARAN COD PADA KONSUMEN MILENIAL SHOPEE DI KOTA PADANG**

Skripsi oleh Miftahul Syifa Nathania

Pembimbing : Agriqisthi, SE, MM

**ABSTRAK**

Penelitian ini membahas mengenai Pengaruh Promosi Penjualan Harbolnas dan Sikap Konsumen Terhadap Pembelian Impulsif yang Dimoderasi oleh Metode Pembayaran COD Pada Konsumen Milenial Shopee di Kota Padang. Teknik pengumpulan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dan didapatkan sampel sebanyak 150 konsumen milenial shopee di Kota Padang yang pernah melakukan pembelian pada saat harbolnas. Pengolahan data dilakukan dengan metode Partial Least Square (PLS) menggunakan *software* SmartPLS 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi penjualan harbolnas berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian impulsif, sikap konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian impulsif, metode pembayaran COD tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian impulsif, metode pembayaran COD tidak memoderasi hubungan antara promosi penjualan dengan perilaku pembelian impulsif, dan metode pembayaran COD tidak memoderasi hubungan antara sikap konsumen dengan perilaku pembelian impulsif.

**Kata Kunci: Promosi Penjualan, Sikap Konsumen, Pembelian Impulsif, Metode Pembayaran COD**

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan lulus pada 25 November 2023.

Abstrak telah disetujui oleh :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Suziana, SE, MM, PhD	Dr. Eri Besra, SE, MM	Agriqisthi, SE, MM

Mengetahui,  
Ketua Departemen Manajemen

Hendra Lukito, SE, MM, Ph.D  
NIP. 197106242006041007

\_\_\_\_\_  
Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan mendapat nomor alumnus:

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No. Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: