

**PENGARUH *HEDONIC MOTIVATION* DAN *SHOPPING LIFESTYLE*
TERHADAP *IMPULSE BUYING***

(Studi Kasus pada E-commerce online shop Lazada)

SKRIPSI



UNIVERSITAS
Disusun Oleh :
Nama : Doni Prananto
Nim:43116120011
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Doni Prananto

Nim : 43116120011

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatatkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Februari 2023



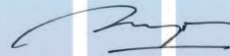
Doni Prananto
43116120011

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Doni Prananto
NIM : 43116120011
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Hedonic Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying
Tanggal Sidang : 25 Mei 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. H. Sonny Indrajaya, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Manajemen

Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 06232484



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Proposal ini yang berjudul "**Pengaruh *Hedonic Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying***" dengan baik. Penulisan Proposal ini adalah sebagai salah satu persyaratan menyelesaikan Program Studi Strata I Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulisan skripsi ini disusun melengkapi tugas akhir dalam rangka memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Mercu Buana Jakarta. Dengan selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah banyak memberikan bimbingan, bantuan, masukan baik secara material maupun spiritual. Dengan demikian, penulis mengucapkan terima kasih sebesar besarnya kepada Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing, memberikan saran, meluangkan waktunya, mengarahkan serta memotivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik. Dan pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana dan dosen pembimbing.
3. Teristiwema, kedua Orang tua dan segenap keluarga yang telah memberikan

doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmunya selama perkuliahan, dan juga seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak membantu.
5. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
6. Teman-teman Manajemen S1 yang memberikan semangat dan motivasi untuk dapat menyelesaikan Proposal Penelitian tepat waktu. Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini, dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi semua pihak.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa bahwa penelitian ini tidak terlepas dari kesalahan dan kekurangan, akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran dan masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terjadi kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 18 Februari 2023



Doni Prananto



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG PENELITIAN	1
B. RUMUSAN MASALAH	4
C. TUJUAN PENELITIAN	5
D. KONTRIBUSI PENELITIAN	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	6
A. Tinjauan Teoritis	6
1. Perilaku Pembelian Konsumen	6
2. <i>Hedonic Motivation</i>	15
3. <i>Shopping Lifestyle</i>	20
4. <i>Impulse Buying</i>	24
B. Kajian Pustaka	29
1. Beyza Gültekin, Leyla Özer (2012)	30
2. Lumintang, Fenny Felicia (2013)	30
3. Usvita, Mega (2015)	31
4. Setyaningrum, Febe Yustina, dkk (2016)	32
C. Pengembangan Hipotesis	41
D. Kerangka Pemikiran	43
E. Hubungan Antar Variabel	45

1. Hubungan antara <i>Hedonic Motives</i> dan <i>Shopping Lifestyle</i>	45
2. Hubungan antara <i>Hedonic Motives</i> dan <i>Impulse Buying</i>	46
3. Hubungan antara <i>Shopping Lifestyle</i> dan <i>Impulse Buying</i>	47
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Waktu dan Tempat Penelitian	49
B. Desain Penelitian	49
C. Operasional Variabel	49
1. Pengertian Variabel	49
2. Definisi Operasional	50
D. Skala Pengukuran Variabel	55
1. Skala Pengukuran	55
E. Populasi dan Sampel Penelitian	56
1. Populasi Penelitian	56
2. Teknik Pengambilan Sampel	56
F. Teknik Pengumpulan Data	57
1. Sumber Data	57
2. Instrumen Penelitian	58
G. Metode Analisis Data	59
1. Analisis Deskriptif	59
2. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	59
3. Uji Validitas	60
4. Uji Reliabilitas	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	64
B. Statistik Deskriptif	68
1. Karakteristik Responden	69
2. Deskripsi Variabel	70
C. Hasil Analisis Data	73
1. Uji Reliabilitas	73

D. Hasil Uji Asumsi Klasik	74
1. Uji Normalitas	74
2. Uji Multikolinieritas	77
3. Uji Heteroskedastisitas	78
E. Analisis Data	79
1 Analisis Regresi Linier Berganda	79
F. Pengujian Hipotesis	81
1. Hasil Uji t atau Uji Parsial	81
2. Hasil Uji F atau Uji Simultan	86
3. Hasil Uji Determinasi (R^2)	87
G. Pengembangan Hipotesis	89
H. Pembahasan Hasil Penelitian	90
1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	90
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	93
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	95
A. Simpulan	95
B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	97



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Prasurvey	4
Tabel 2.1 Pemetaan Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator	53
Tabel 3.2 Skala	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3 Hasil Uji Deskriptive <i>Motivation</i>	70
Tabel 4.4 Hasil Uji Deskriptive <i>Impulse Buying</i>	71
Tabel 4.5 Hasil Uji Deskriptive <i>Shopping Lifestyle</i>	72
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen dan Variabel Dependen	73
Tabel 4.7 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Variabel Penelitian	76
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas Coefficientsa	77
Tabel 4.9 Hasil Regresi Linier Berganda	80
Tabel 4.10 Tabel 4.11 Hasil Regresi Uji t	80
Tabel 4.11 Hasil Regresi Uji F	87
Tabel 4.12 Hasil Uji Determinasi (R^2)	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	45
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Menggunakan Histogram	75
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan Menggunakan Normal P-Plot	75
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	78

