

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT, DISCOUNT, LIVE STREAMING SHOPPING*, DAN METODE PEMBAYARAN TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA PRODUK *FASHION* DI *MARKETPLACE SHOPEE*  
(Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kecamatan Sumpersari Kabupaten Jember)**

**SKRIPSI**

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh : INTAN FERIAL HADY**

**2010411019**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2024**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : INTAN FERIAL HADY  
Nim : 2010411019  
Prodi : MANAJEMEN

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT, DISCOUNT, LIVE STREAMING SHOPPING, DAN METODE PEMBAYARAN TERHADAP IMPULSE BUYING PADA PRODUK FASHION DI MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kecamatan Summersari Kabupaten Jember)** ; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 06 Juni 2024

Yang menyatakan,



Intan Ferial Hady  
Nim. 2010411019

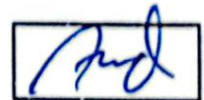
**SKRIPSI**

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT, DISCOUNT, LIVE STREAMING SHOPPING, DAN METODE PEMBAYARAN TERHADAP IMPULSE BUYING* PADA PRODUK *FASHION* DI *MARKETPLACE SHOPEE*  
(Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kecamatan Sumpersari Kabupaten Jember)**



Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Ahmad Izzuddin, SE.,MM



Dosen Pembimbing Pendamping : Yohanes Gunawan Wibowo, SE.,MM



## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul ; Pengaruh *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Discount, Live Streaming Shopping*, Dan Metode Pembayaran Terhadap *Impulse Buying* Pada Produk *Fashion* Di *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 06 Juni 2024

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Tim Penguji



Jekti Rahayu, SE., M.Si  
NPK : 197207111103793

Anggota 1,



Ahmad Izzuddin, SE., MM.  
NPK : 1990100711605780

Anggota 2,



Yohanes Gurawan Wibowo, SE., MM.  
NPK : 1984060411703794

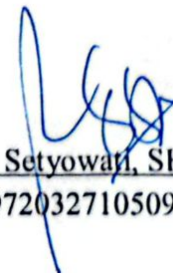
Mengesahkan :

Dekan,



Maheni Ika Sari, SE., MM.  
NIP : 197711082005012001

Ketua Program Studi,



Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM  
NPK : 1972032710509477

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini penulis ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Dengan penuh kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan hidayah dan karunia-Nya. Sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya,
2. Kedua orang tua saya tercinta, Baba Hadi Purnomo dan Mama Sujana Nurhayati yang telah memberikan dukungan moral maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusus selain do'a yang terucap dari orang tua. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua. Semoga Mama dan Baba selalu sehat dan bahagia dunia akhirat. Aamiin,
3. Untuk adik – adik tercinta saya Kendra Hady dan Ivan Hady. Terima kasih atas tawa dan kekuatan yang diberikan selama ini. Teruslah semangat, tekun beribadah, serta jadilah adik yang luar biasa dan bisa dibanggakan,
4. Kepada saudara sepupu terbaik saya Ade Ananta Pratiwi. Terima kasih telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, menemani, meluangkan waktu, tenaga, pikiran, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat serta dorongan kepada saya sehingga saya merasa terdorong dan termotivasi untuk pantang menyerah dalam berjuang menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Keluarga besar terutama uti yang telah memberikan semangat yang tiada hentinya untuk cucu perempuan pertama di keluarga yang kelak bisa menjadi panutan untuk adik - adiknya.
6. Juga untuk sahabat - sahabat saya yang sangat berarti khadirannya, Ghena Aulia Sabita, Selly Arsita, Askia Salsabila, dan Sekar Bahtera terima kasih telah saling mendukung dan memberikan saya semangat untuk mengerjakan skripsi saya, semoga kita bisa bersama - sama menjadi orang sukses kedepannya,
7. Teman-teman satu angkatan seluruh mahasiswa Ekonomi 2020 terutama manajemen kelas A. Semoga sukses, jadilah lulusan-lulusan terbaik yang mampu memberikan warna dan kontribusi dimanapun kita berada kelak,
8. Tak terkecuali untuk Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu memberikan yang terbaik bagi mahasiswanya, terutama Bapak Ahmad Izzuddin, SE., MM. Bapak Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM. dan Ibu Jekti Rahayu, SE., M.Si. selaku dosen penguji serta dosen pembimbing saya. Terima kasih karena telah tulus dan Ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya serta memberikan bimbingan dan pelajaran agar saya menjadi lebih baik dalam penulisan tugas akhir saya
9. Almamater yang saya banggakan Universitas Muhammadiyah Jember.

## MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).

Dan hanya kepada TUHAN mu lah engkau berharap”

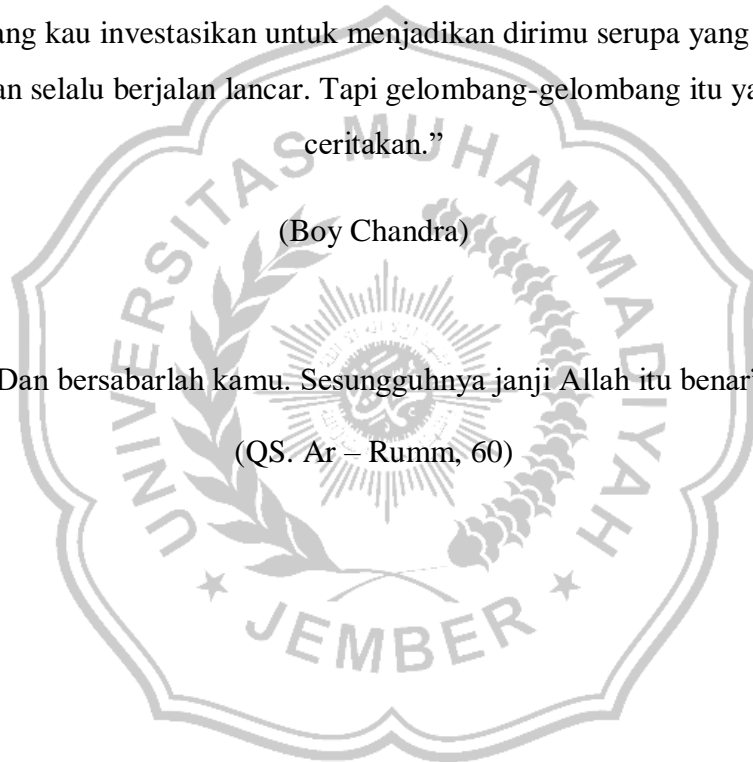
(QS. Al – Insyirah, 6-8)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan.”

(Boy Chandra)

“Dan bersabarlah kamu. Sesungguhnya janji Allah itu benar”

(QS. Ar – Rumm, 60)



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi memuat bab 1 sampai dengan bab 5. Bab 1 berisi pendahuluan, bab 2 berisi kajian pustaka dan hipotesis tindakan, bab 3 berisi metode penelitian, bab 4 berisi hasil dan pembahasan penelitian, bab 5 berisi penutup. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Hanafi M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember
2. Maheni Ika Sari, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember
3. Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM, selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember
4. Ibu Jekti Rahayu, SE., M.Si. selaku Dosen penguji yang telah memberikan koreksi dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Ahmad Izzuddin, SE., MM. dan Bapak Yohanes Wibowo, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Prodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember, terima kasih atas segala ilmu yang telah Bapak, Ibu dosen berikan.
7. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Jember, terima kasih atas kesempatan yang telah diberikan.
8. Semua pihak yang telah menjadi bagian penting dalam mengerjakan skripsi ini. Terima kasih atas segala bantuannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah diharapkan dalam mencapai kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini tidak hanya menjadi prasyarat Strata Satu (S1) semata akan tetapi penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis dan pihak lain yang membutuhkan dan bisa memberikan manfaat bagi pembaca.

Jember, 06 Juni 2024

**Intan Ferial Hady**

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB 1</b>	
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB 2</b>	
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Tinjauan Teori.....	10
2.2 Pemasaran .....	10
2.2.1 Definisi Pemasaran.....	10
2.2.2 Konsep Pemasaran .....	10
2.2.3 Bauran Pemasaran .....	11
2.3 Perilaku Konsumen .....	11
2.3.1 Definisi Perilaku Konsumen.....	11
2.3.2 Faktor Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	12
2.4 <i>Impulse Buying</i> .....	12
2.4.1 Definisi <i>Impulse Buying</i> .....	12
2.4.2 Jenis – Jenis <i>Impulse Buying</i> .....	13



2.4.3	Faktor Faktor yang memengaruhi <i>Impulse Buying</i> .....	13
2.4.4	Indikator <i>Impulse Buying</i> .....	14
2.5	<i>Shopping Lifestyle</i> (Gaya Hidup Belanja) .....	15
2.5.1	Definisi <i>Shopping Lifestyle</i> .....	15
2.5.2	Faktor - Faktor yang mempengaruhi <i>Shopping Lifestyle</i> .....	15
2.5.3	Indikator <i>Shopping Lifestyle</i> .....	16
2.6	<i>Fashion Involvement</i> .....	16
2.6.1	Definisi <i>Fashion Involvement</i> .....	16
2.6.2	Faktor -Faktor yang mempengaruhi <i>Fashion Involvement</i> .....	16
2.6.3	Indikator <i>Fashion Involvement</i> .....	17
2.7	<i>Discount</i> .....	17
2.7.1	Definisi <i>Discount</i> (Potongan Harga) .....	17
2.7.2	Jenis Jenis <i>Discount</i> .....	17
2.7.3	Faktor Faktor yang mempengaruhi <i>Discount</i> .....	18
2.7.4	Indikator <i>Discount</i> .....	18
2.8	<i>Live Streaming Shopping</i> .....	19
2.8.1	Definisi <i>Live Streaming</i> .....	19
2.8.2	Indikator <i>Live Streaming</i> .....	19
2.9	Metode Pembayaran .....	19
2.9.1	Definisi Metode Pembayaran.....	19
2.9.2	Jenis-Jenis Metode Pembayaran di <i>Shopee</i> .....	20
2.9.3	Metode Pembayaran <i>Cash On Delivery</i> (COD).....	21
2.9.4	Metode Pembayaran <i>Shopee PayLater</i> .....	21
2.10	Generasi Z.....	22
2.11	Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	22
2.12	Kerangka Konseptual .....	28
2.13	Hipotesis .....	29
2.13.1	Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	29
2.13.2	Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	29
2.13.3	Pengaruh <i>Discount</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	29
2.13.4	Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	30
2.13.5	Pengaruh Metode Pembayaran <i>Cash On Delivery</i> (COD) dan <i>Shopee PayLater</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	30

## **BAB 331**

<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Identifikasi Variabel .....	31
3.1.1 Variabel Terikat (Dependen) .....	31
3.1.2 Variabel Bebas (Independen).....	31
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.2.1 <i>Shopping Lifestyle</i> (X1).....	31
3.2.2 <i>Fashion Involvement</i> (X2).....	32
3.2.3 <i>Discount</i> (X3).....	32
3.2.4 <i>Live Streaming</i> (X4).....	33
3.2.5 Metode Pembayaran (X5).....	33
3.2.6 <i>Impulse Buying</i> (Y) .....	34
3.3 Desain Penelitian.....	34
3.4 Jenis Data.....	34
3.4.1 Data Primer .....	34
3.4.2 Data Sekunder .....	34
3.5 Populasi .....	35
3.6 Sampel .....	35
3.7 Teknik Pengambilan Sampel .....	35
3.8 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.9 Teknik Analisis Data .....	36
3.9.1 Uji Instrumen Data .....	36
3.9.2 Uji Asumsi Klasik .....	37
3.9.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
3.9.4 Uji Hipotesis .....	38

## **BAB 4**

<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	40
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	40
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	41
4.1.3 Kelebihan dan Kekurangan Shopee .....	41
4.2 Deskripsi Statistik Responden .....	42
4.3 Analisis Indek Jawaban Responden .....	44

4.4	Hasil Uji Instrumen Data.....	53
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	55
4.6	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
4.7	Hasil Uji Hipotesis.....	59
4.7.1	Hasil Uji T Parsial.....	59
4.8	Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ).....	60
4.9	Pembahasan.....	61
4.9.1	Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	61
4.9.2	Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	62
4.9.3	Pengaruh <i>Discount</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	63
4.9.4	Pengaruh <i>Live Streaming Shopping</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	63
4.9.5	Pengaruh Metode Pembayaran <i>Cash on Delivery (COD)</i> dan <i>Shopee Paylater</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	64
	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>66</b>
5.1	Kesimpulan.....	66
5.2	Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	66
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>68</b>
	<b>KUESIONER PENELITIAN.....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data (Tren) Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2023 .....	1
Tabel 1. 3 Daftar Produk Terlaris di Shopee tahun 2023 .....	3
Tabel 1. 4 Metode Pembayaran Paling Sering Digunakan Saat Belanja Di E -Commerce (Periode Tahun 2023).....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3. 1 Instrumen Skala Likert .....	36
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Intensitas Membeli di <i>Marketplace</i> Shopee .....	43
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	43
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Penghasilan .....	44
Tabel 4. 6 Tangapan Responden mengenai Shopping Lifestyle (X1) .....	45
Tabel 4. 7 Tangapan Responden mengenai <i>Fashion Involvement</i> (X2).....	46
Tabel 4. 8 Tangapan Responden mengenai Discount (X3).....	48
Tabel 4. 9 Tangapan Responden mengenai Live Streaming Shopping (X4) .....	49
Tabel 4. 10 Tangapan Responden mengenai Metode Pembayaran Cash on Delivery / COD dan Shopee Paylater (X5).....	50
Tabel 4. 11 Tangapan Responden mengenai <i>Impulse Buying</i> (Y).....	52
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas .....	54
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabelitas .....	55
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas .....	56
Tabel 4. 15 Hasil Uji T Parsial .....	59
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R2) .....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Platform Belanja Online Paling Diminati Konsumen di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Tren Live Streaming E-commerce bagi Penjual.....	5
Gambar 1. 3 Layanan Paylater Terpopuler di Indonesia (September 2023).....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Konsep Penelitian .....	28
Gambar 4. 1 Logo Shopee.....	40
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas .....	56
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57
Gambar 4. 4 Hasil Regresi Linear Berganda.....	58



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	73
Lampiran 2 Hasil Kuisisioner .....	78
Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen Data.....	97
Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	99
Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	100
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis .....	101
Lampiran 7 Hasil Uji Determinasi $R^2$ .....	101
Lampiran 8 Tabel r.....	101
Lampiran 9 T Tabel Untuk Alpha $\alpha$ 5% dan 0,025% t.....	102
Lampiran 10 Dokumentasi .....	104

