

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, LIFESTYLE, DAN PSIKOLOGIS*
HARGA TERHADAP PERILAKU *IMPULSE BUYING*
PADA APLIKASI TOKOPEDIA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**NANDA KURNIATI MAULIDA
20.1041.1226**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2024**

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, LIFESTYLE, DAN PSIKOLOGIS*
HARGA TERHADAP PERILAKU *IMPULSE BUYING*
PADA APLIKASI TOKOPEDIA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**NANDA KURNIATI MAULIDA
20.1041.1226**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2024**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nanda Kurniati Maulida

NIM : 2010411226

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation, Lifestyle*, dan Psikologis Harga Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pada Aplikasi Tokopedia merupakan 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, 27 Juni 2024

Yang menyatakan,



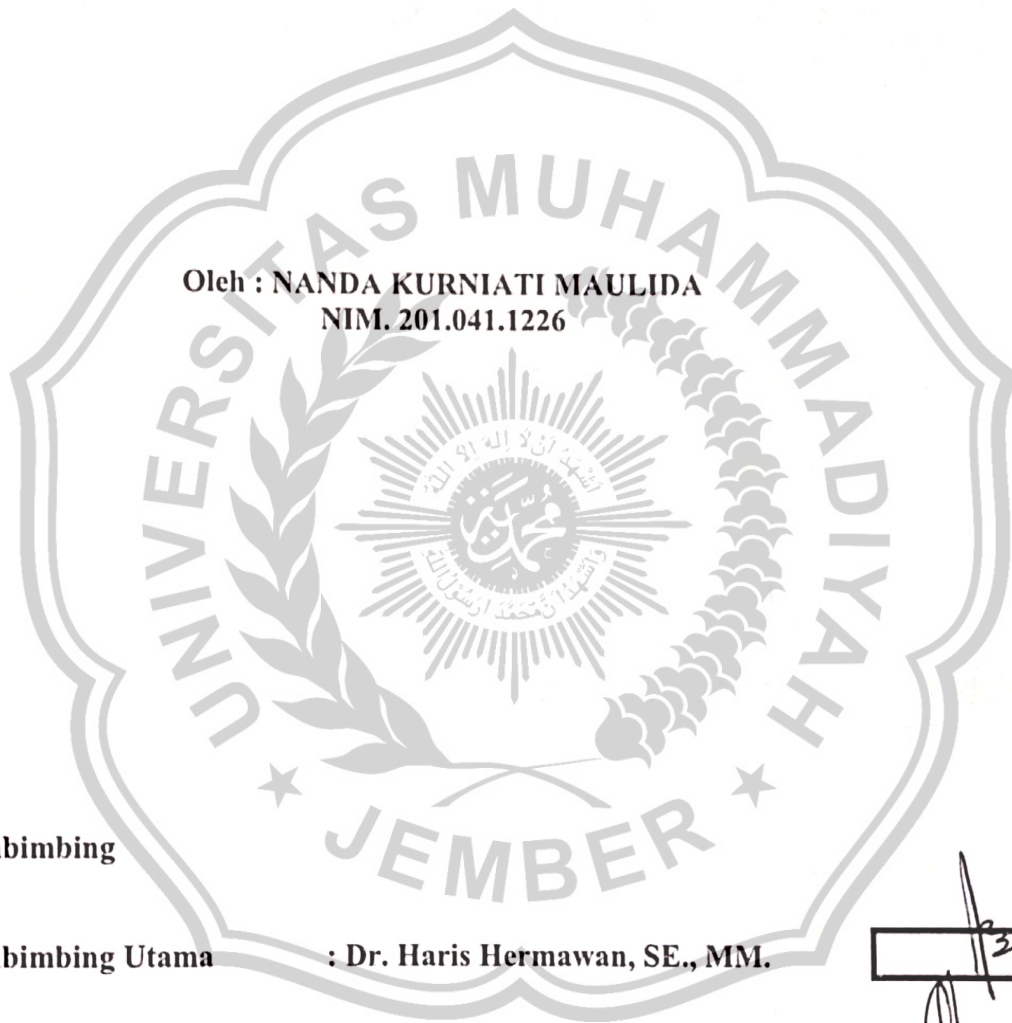
Nanda Kurniati Maulida

NIM. 201.041.1226

SKRIPSI

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, LIFESTYLE, DAN PSIKOLOGIS*
HARGA TERHADAP PERILAKU *IMPULSE BUYING*
PADA APLIKASI TOKOPEDIA**

Oleh : **NANDA KURNIATI MAULIDA**
NIM. 201.041.1226



Dosen Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Haris Hermawan, SE., MM.


[Signature box]

Dosen Pembimbing Pendamping : Dra. Wenny Murtalining Tyas, M. Si.


[Signature box]

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation, Lifestyle*, dan Psikologis Harga Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pada Aplikasi Tokopedia, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 27 Juni 2024

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim penguji,



Dr. Nurul Qomariah, MM.
NPK1967081010603426

Anggota 1,



Dr. Haris Hermawan, SE., MM
NPK.1968101011503640

Anggota 2,



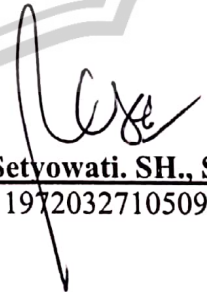
Dra. Wenny Murtalining Tyas, M. Si.
NPK 1964110818407039

Mengesahkan:

Ketua Program Studi,



Mahendra Sari, SE., MM
NIP 197708112005012001



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

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, dan kasihNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation, Lifestyle*, dan Psikologis Harga Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pada Aplikasi Tokopedia” sesuai dengan jadwal yang direncanakan. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Ibu dan bapak saya yang senantiasa memberikan doa, dukungan baik secara moral dan materi, selalu memberikan yang terbaik, serta cinta dan kasih sayang yang tulus. Ucapan terima kasih tidak akan pernah cukup untuk diberikan mengingat atas segala sesuatu yang telah kalian berikan sampai sekarang.
2. Adik saya yang selalu memberikan dukungan, doa dan selalu mengingatkan saya untuk terus konsisten dalam mengerjakan penelitian saya.
3. Untuk para sahabat saya yang selalu menemani, menjadi sarana bertukar pikiran, memotivasi, merangkul dan berjuang bersama-sama mulai dari awal sampai akhir. Terimakasih telah memberikan saran yang bermanfaat dan menjadi tempat untuk menceritakan segala hal yang dihadapi dalam menyusun skripsi ini.
4. Teman-teman saya yang selalu menjadi motivasi dan selalu memicu saya dalam mengerjakan skripsi.
5. Bapak Dr. Haris Hermawan, SE., MM selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Dra. Wenny Murtalining Tyas, M. Si. Selaku dosen pembimbing 2 yang selalu sabar dalam memberikan waktu, arahan, bimbingan, serta memberikan masukan-masukan yang sangat bermanfaat.
6. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan data seluler yang dimiliki untuk mengisi kuesioner saya, tanpa mereka penelitian ini tidak akan bisa terwujud sesuai waktu yang telah ditetapkan.
7. Musisi kegemaran saya Teddy Adhitya, Bilal Indrajaya, Kunto Ajip, Rahmania Astrini dan lain-lain. Karya berupa lagu dan suara indah mereka selalu mengiringi saya dalam pengerjaan skripsi ini dan membuat saya lebih termotivasi.

MOTTO

"Petiklah hari dan percayalah sedikit mungkin akan hari esok."

-Dead Poets Society



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat beserta karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation, Lifestyle*, dan Psikologis Harga Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pada Aplikasi Tokopedia. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Dengan penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu, bapak dan adik saya yang senantiasa cinta dan kasih sayang yang tulus. Selalu mendoakan saya dan memberi dukungan sepenuhnya.
2. Dr. Hanafi, M.pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Maheni Ika Sari, SE., MM selaku Dekan dan Ibu Trias Setyowati selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Teman-teman saya yang selalu menjadi motivasi dan selalu memicu saya dalam mengerjakan skripsi.
5. Bapak Dr. Haris Hermawan, SE., MM selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Dra. Wenny Murtalining Tyas, M. Si. Selaku dosen pembimbing 2 yang selalu sabar dalam memberikan waktu, arahan, bimbingan, serta memberikan masukan yang bermanfaat.

Penulis telah berupaya dalam penyusunan skripsi ini dengan sebaik-baiknya, akan tetapi penulis sepenuhnya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Atas dasar tersebut, penulis sangat menerima terhadap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Semoga penulisan penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

Jember, 27 Juni 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Tinjauan Teori	8
2.1.1. Perilaku Konsumen	8
2.1.2. <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	11
2.1.3. <i>Lifestyle</i>	12
2.1.4. Psikologis Harga	13
2.1.5. <i>Impulse Buying</i>	13
2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu	15
2.3. Kerangka Konseptual	188
2.4. Hipotesis	18
2.4.1. Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	18
2.4.2. Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	19
2.4.3. Pengaruh Psikologis Harga terhadap <i>Impulse Buying</i>	19
BAB III METODE PENELITIAN	20

3.1.	Identifikasi Variabel.....	20
3.1.1.	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	20
3.1.2.	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	20
3.2.	Definisi Operasional Variabel	20
3.2.1.	<i>Hedonic Shopping Motivation</i>	20
3.2.2.	<i>Lifestyle</i>	21
3.2.3.	Psikologis Harga.....	21
3.2.4.	<i>Impulse Buying</i>	22
3.3.	Desain Penelitian	22
3.4.	Jenis dan Sumber Data	23
3.4.1.	Data Primer.....	23
3.4.2.	Data Sekunder	23
3.5.	Populasi dan Sampel	23
3.5.1.	Populasi	23
3.5.2.	Sampel	23
3.5.3.	Teknik Pengambilan Sampel	24
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	24
3.6.1.	Observasi	24
3.6.2.	Kuesioner.....	24
3.6.3.	Studi Pustaka	25
3.7.	Teknik Analisis Data	25
3.7.1.	Uji Instrumen Penelitian	25
3.7.2.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	26
3.7.3.	Uji Asumsi Klasik	26
3.7.4.	Uji Hipotesis.....	27
3.7.5.	Koefisien Determinasi (R^2)	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		29
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	29
4.1.1.	Gambaran Umum Tokopedia	29
4.1.2.	Logo Tokopedia.....	31
4.1.3.	Visi Tokopedia	31
4.1.4.	Misi Tokopedia.....	32
4.1.5.	Struktur Organisasi Tokopedia.....	32

4.2.	Hasil Analisis Statistik Deskriptif	34
4.2.1.	Deskripsi Statistik Responden	34
4.2.2.	Deskriptif Variabel Penelitian	35
4.3.	Uji Instrumen Penelitian.....	38
4.4.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
4.5.	Uji Asumsi Klasik	41
4.6.	Uji Hipotesis.....	42
4.7.	Koefisien Determinasi (R^2)	44
4.8.	Pembahasan	45
4.8.1.	Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> (X1) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y) pada Aplikasi Tokopedia	45
4.8.2.	Pengaruh <i>Lifestyle</i> (X2) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y) pada Aplikasi Tokopedia	46
4.8.3.	Pengaruh Psikologis Harga (X3) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y) pada Aplikasi Tokopedia	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		48
5.1.	Kesimpulan.....	48
5.2.	Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA		49
LAMPIRAN		53

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah klik bulanan <i>marketplace</i> selama kuartal II/2022	3
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu	15
Tabel 3. 1 Skala likert.....	25
Tabel 4. 1 Responden menurut usia.....	34
Tabel 4. 2 Responden menurut jenis kelamin.....	34
Tabel 4. 3 Responden menurut pendidikan terakhir.....	34
Tabel 4. 4 Responden menurut pekerjaan	35
Tabel 4. 5 Nilai skor	36
Tabel 4. 6 Frekuensi pernyataan responden terhadap <i>hedonic shopping motivation</i>	36
Tabel 4. 7 Frekuensi pernyataan responden terhadap <i>lifestyle</i>	37
Tabel 4. 8 Frekuensi pernyataan responden terhadap psikologis harga	37
Tabel 4. 9 Frekuensi pernyataan responden terhadap <i>impulse buying</i>	38
Tabel 4. 10 Hasil uji validitas	39
Tabel 4. 11 Hasil uji reliabilitas.....	39
Tabel 4. 12 Hasil analisis regresi linier berganda.....	40
Tabel 4. 13 Hasil uji normalitas	41
Tabel 4. 14 Hasil uji multikolonieritas	42
Tabel 4. 15 Hasil uji heteroskedastisitas	42
Tabel 4. 16 Hasil uji t	43
Tabel 4. 17 Hasil uji f	44
Tabel 4. 18 Hasil koefisien determinasi	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pengguna <i>marketplace</i> di Indonesia tahun 2018-2023.....	1
Gambar 1. 2 Data <i>marketplace</i> terpopuler selama kuartal II/2022.....	2
Gambar 1. 3 Tampilan pada aplikasi Tokopedia.....	5
Gambar 2. 1 Model perilaku konsumen	8
Gambar 2. 2 Kerangka konseptual	18
Gambar 4. 1 Logo Tokopedia.....	31
Gambar 4. 2 Struktur organisasi Tokopedia.....	32



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner penelitian	54
Lampiran 2. Tabulasi data responden.....	56
Lampiran 3. Tabulasi jawaban responden	58
Lampiran 4. Statistik deskriptif responden.....	62
Lampiran 5. Statistik deskriptif variabel	64
Lampiran 6. Hasil uji instrumen penelitian	69
Lampiran 7. Hasil uji regresi linier berganda.....	73
Lampiran 8. Hasil uji asumsi klasik	74
Lampiran 9. Hasil uji hipotesis.....	76

