

SKRIPSI

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*, *DISCOUNT VOUCHER*,
DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
PADA KONSUMEN *E-COMMERCE* TIKTOK SHOP
(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember)**

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**



**Oleh :
Resti Bella Triyana
22.1041.1171**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2026**

PERNYATAN PENULIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Resti Bella Triyana

Nim : 2210411171

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : *PENGARUH HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, DISCOUNT VOUCHER, DAN SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP IMPULSIVE BUYING PADA KONSUMEN*

E-COMMERCE TIKTOK SHOP (Studi kasus mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember)

Karya ini sepenuhnya merupakan hasil pemikiran saya sendiri. Jika terdapat kutipan dari sumber lain, maka telah dicantumkan dengan menyebutkan referensinya secara jelas. Karya ini belum pernah diajukan di institusi manapun dan bukan merupakan hasil penjiplakan. Saya menyatakan bertanggung jawab penuh atas orisinalitas, keabsahan, serta kebenaran isi karya ini sesuai dengan prinsip-prinsip ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan atau tekanan dari pihak manapun. Saya bersedia menerima sanksi akademik dan siap mempertanggungjawabkan secara hukum apabila di kemudian hari terbukti terdapat pihak yang dirugikan akibat pernyataan yang tidak sesuai dengan kenyataan.

Jember, 12 Maret 2026

Yang menyatakan



Resti Bella Triyana

SKRIPSI

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*, *DISCOUNT VOUCHER*,
DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
PADA KONSUMEN *E-COMMERCE* TIKTOK SHOP
(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember)**

Oleh : Resti Bella Triyana
NIM. 22.1041.1171

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Abadi Sanosra, SE. MM



Dosen pembimbing

: Dra. Wenny Murtalining Tyas, M.Si



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Pengaruh *Hedonic shopping motivation*, *Discount Voucher*, dan *Shopping lifestyle* terhadap *Impulsive buying* pada Konsumen *E-commerce* Tiktok Shop (Studi kasus mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember) Telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

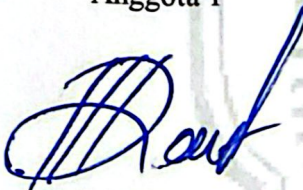
Hari : Kamis
Tanggal : 12 Maret 2026
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji



Dr. Wahyu Eko Setianingsih, SE.,MM
NIP. 1979120811503633

Anggota 1



Dr. Abadi Sanosra, SE. MM
NPK. 1978071810509478

Anggota 2



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

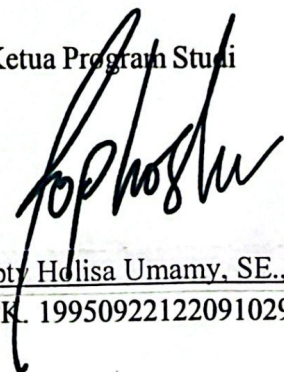
Mengesahkan



Dekan

Maheni Vika Sari, SE.,MM
NIP. 1977708112005012001

Ketua Program Studi



Septy Holisa Umamy, SE.,MM.
NPK. 19950922122091029

MOTTO

“it will pass, it will pass. It may be heavy, but it will pass ”

(Rachel Vennya)

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan.
Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan”

(Maudy Ayunda)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil 'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas izin-Nya telah melimpahkan segala nikmat kesehatan jasmani-rohani, kebahagiaan, dan kelancaran dalam berfikir sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan lebih awal dari target penyelesaian yang telah direncanakan. Pada kesempatan ini saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Allah Swt yang senantiasa melimpahkan petunjuk dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu,
2. Kepada kedua orang tua saya Ibu Samma dan Bapak Muhammad Tahir, beliau mampu memotivasi dan dukungan do'a maupun materi sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai saejana. Beliau orang yang hebat selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tidak henti- hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi. Terimakasih sudah ada di setiap perjalanan dan pencapaian hidup penulis.
3. Kepada kakak saya Aditya Candra Irawan dan Agung Dwi Prasetyo terimakasih banyak atas dukungannya secara moril maupun materil, terimakasih juga atas segala motivasi dan dukungannya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis semangat dan mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
4. Kepada adik saya tersayang Iqbal, Viera dan Adiba Keysha terima kasih atas doa, dukungan, perhatian, dan semangat yang selalu kalian berikan di setiap proses perjuanganku. Kalian adalah sumber kekuatan dan penghibur di saat lelah. Tanpa kalian, penulis tidak akan memiliki semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada kekasih saya Sandy Alfaraby, terimakasih telah menjadi tempat menguatkan diri di setiap lelah dan ragu serta selalu ada di saat sedih maupun senang. Dukungan, kesabaran, dan cinta yang kamu berikan membuat perjalanan ini terasa lebih ringan. Kamu adalah alasan penulis tetap bertahan dan percaya bahwa setiap usaha akan sampai pada hasilnya.
6. Kepada sahabat saya Tyara Maulidya, Dia Aulia , Aura Dennis, Nadia Elita yang selalu menjadi teman, saudara dan penasehat bagi penulis. Terimakasih sudah menjadi partner bertumbuh di segala kondisi yang terkadang tidak terduga, terimakasih atas segala dukungan, semangat, tenaga canda tawa dan tangis air mata yang kita lalui bersama- sama dalam menempuh pendidikan. Semoga harapan, do'a dan mimpi-mimpi baik yang pernah kita ucapkan dikemudian hari menjadi kenyataan. Aamiin
7. Kepada teman seperjuangan program studi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Muhammadiyah Jember. Khususnya Dewi dan Viara, yang sudah menemani penulis dibangku perkuliahan dari awal maba sampai jadi sarjana. Terimakasih atas suka dan duka yang telah kita lalui, semogaa kita sukses barengg, Aamiin
8. Tidak lupa kepada diri saya sendiri Resti Bella Triyana. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini, terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu

sendiri di titik ini. Walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi, ini merupakan pencapaian yang patut di apresiasi untuk diri kita sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Bella. Adapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *hedonic shopping motivation*, *discount voucher*, dan *shopping lifestyle* terhadap *impulsive buying* pada konsumen *e-commerce* TikTok Shop dengan studi kasus pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. Perkembangan belanja online yang pesat mendorong munculnya perilaku pembelian impulsif, khususnya pada mahasiswa yang aktif menggunakan platform digital dan sering terpapar promosi serta konten belanja interaktif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 100 mahasiswa yang pernah melakukan pembelian di TikTok Shop. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *hedonic shopping motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*, yang berarti semakin tinggi dorongan kesenangan dan pengalaman emosional saat berbelanja, maka semakin besar kecenderungan pembelian impulsif. *Discount voucher* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* karena memberikan persepsi keuntungan serta mendorong keputusan pembelian secara cepat. *Shopping lifestyle* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*, yang menunjukkan bahwa gaya hidup berbelanja yang tinggi meningkatkan kecenderungan membeli secara spontan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku pemasaran digital dan peneliti selanjutnya dalam memahami perilaku konsumen pada platform *e-commerce*.

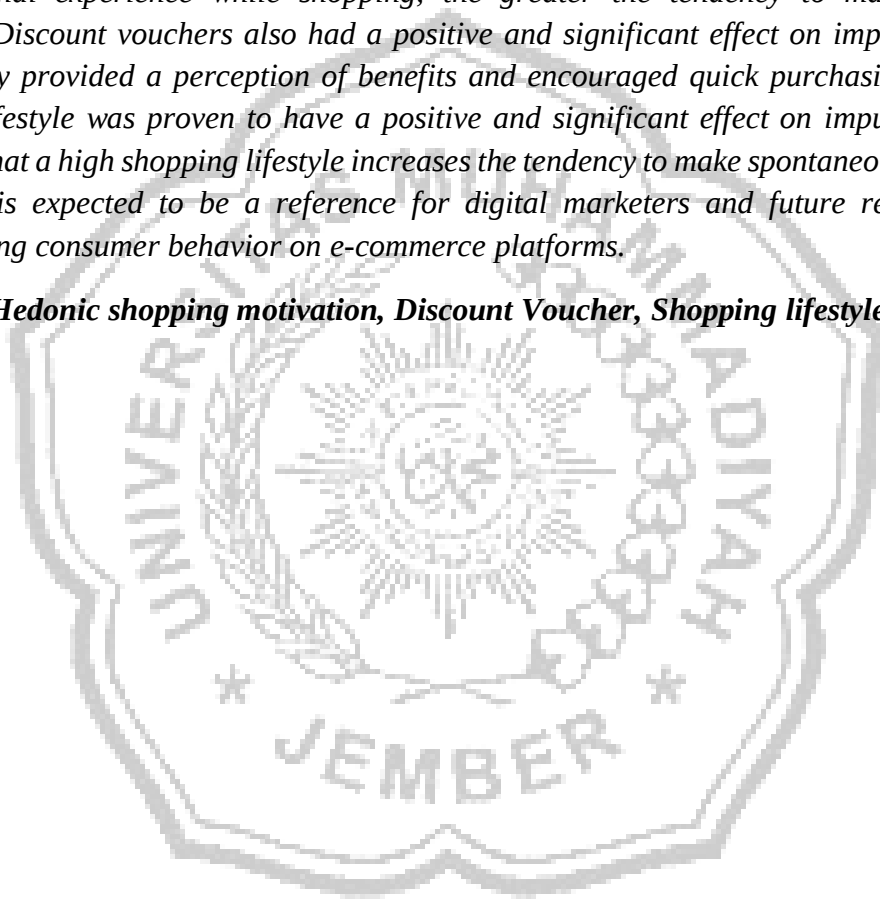
Kata Kunci: Motivasi belanja hedonis, Voucher diskon, Gaya hidup belanja



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of hedonic shopping motivation, discount vouchers, and shopping lifestyle on impulsive buying among TikTok Shop e-commerce consumers, using a case study of students from the University of Muhammadiyah Jember. The rapid development of online shopping has encouraged impulsive buying behavior, especially among students who actively use digital platforms and are frequently exposed to promotions and interactive shopping content. This study used a quantitative approach with 100 students who had made purchases on TikTok Shop as respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results showed that hedonic shopping motivation had a positive and significant effect on impulsive buying, meaning that the higher the pleasure and emotional experience while shopping, the greater the tendency to make impulsive purchases. Discount vouchers also had a positive and significant effect on impulsive buying because they provided a perception of benefits and encouraged quick purchasing decisions. Shopping lifestyle was proven to have a positive and significant effect on impulsive buying, indicating that a high shopping lifestyle increases the tendency to make spontaneous purchases. This study is expected to be a reference for digital marketers and future researchers in understanding consumer behavior on e-commerce platforms.

Keyword: *Hedonic shopping motivation, Discount Voucher, Shopping lifestyle*



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kebaikan, hikmat, dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Hedonic shopping motivation, Discount Voucher, dan Shopping lifestyle terhadap Impulsive buying* pada Konsumen *E-commerce* Tiktok Shop (Studi kasus mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember”**. Segala puji dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menunjukkan jalan kebenaran bagi umat manusia. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jember. Berkenaan dengan selesainya skripsi ini, yang pastinya tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Maheni Ika Sari, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Septy Holisa Umamy, SE., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu Dr. Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM Dosen Penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan agar penulisan menjadi lebih baik.
5. Bapak Dr. Abadi Sanosra, SE., MM selaku Dosen Pembimbing satu yang dengan penuh kesabaran membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dra. Wenny Murtaling Tyas, M.Si selaku Dosen Pembimbing kedua yang meluangkan waktu untuk membimbing dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan banyak ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas segala bantuan dan motivasi selama pembuatan skripsi ini.

Saya menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat saya harapkan guna perbaikan dan pengembangan di masa yang akan datang.

Wassalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jember, 12 Maret 2026

Resti Bella Triyana

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 <i>Grand Theory Stimulus Organism Response (SOR)</i>	9
2.1.2 <i>Hedonic shopping motivation</i>	10
2.1.3 <i>Discount Voucher</i>	11
2.1.4 <i>Shopping lifestyle</i>	13
2.1.5 <i>Impulsive buying</i>	14
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Konseptual.....	22
2.4 Hipotesis.....	23
2.4.1 Pengaruh <i>Hedonic shopping motivation</i> terhadap <i>Impulsive buying</i>	24

2.4.2 Pengaruh <i>Discount voucher</i> terhadap <i>Impulsive buying</i>	24
2.4.3 Pengaruh <i>Shopping lifestyle</i> terhadap <i>Impulsive buying</i>	25
BAB III	26
METODE PENELITIAN	26
3.1 Identifikasi Variabel.....	26
3.1.1 Variabel bebas (Independent variabel).....	26
3.1.2 Variabel Terikat (Dependen Variabel)	26
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.2.1 <i>Hedonic shopping motivation</i> (X1)	26
3.2.2 <i>Discount voucher</i> (X2).....	27
3.2.3 <i>Shopping lifestyle</i> (X3)	27
3.2.4 <i>Impulsive buying</i> (Y)	28
3.3 Desain Penelitian	29
3.4 Jenis dan Sumber Data	29
3.4.1 Jenis Data	29
3.4.2 Sumber Data.....	29
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	29
3.5.1 Populasi.....	29
3.5.2 Sampel	31
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.6 Teknik Pengumpulan Data	33
3.7 Teknik Analisis Data	34
3.7.1 Uji Instrumen Data	35
3.8 Analisis Regresi Berganda	36
3.8.1 Uji Asumsi Klasik	36
3.8.2 Uji Parsial (Uji t)	37
3.8.3 Koefisien Determinan (R^2).....	38
BAB IV	39
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	39
4.1.1 Sejarah Objek Tiktok Shop.....	39
4.1.2 Sejarah Universitas Muhammadiyah Jember	40
4.2 Karakteristik Responden	41
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	43
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester.....	44
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Melakukan Belanja di TiktokShop.....	44
4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	44
4.3.1 Variabel <i>Hedonic shopping motivation</i> (X1).....	45
4.3.2 Variabel <i>Discount voucher</i> (X2)	45
4.3.3 Variabel <i>Shopping lifestyle</i> (X3).....	46
4.3.4 Variabel <i>Impulsive buying</i> (Y).....	46
4.4 Hasil Analisis Data	47
4.4.1 Uji Validitas	47
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	48
4.4.3 Analisis Regresi Berganda	49
4.4.4 Uji Asumsi Klasik	50
4.4.5 Uji Parsial (Uji t)	52
4.4.6 Koefisien Determinasi (R^2)	53
4.5 Pembahasan.....	54
4.5.1 Pengaruh <i>Hedonic shopping motivation</i> terhadap <i>Impulsive buying</i>	54
4.5.2 Pengaruh <i>Discount voucher</i> terhadap <i>Impulsive buying</i>	55
4.5.3 Pengaruh <i>Shopping lifestyle</i> terhadap <i>Impulsive buying</i>	55
BAB V	55
KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survei 2025	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Aktif Program S1 Universitas Muhammadiyah Jember	30
Tabel 3.2 Pembagian Sampel Berdasarkan Prodi.....	32
Tabel 3.3 Kriteria Penilaian Kuesioner/Angkat (Skala <i>Likert</i>)	34
Tabel 4.1 Fakultas dan Program Studi Universitas Muhammadiyah Jember	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	43
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	44
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Melakukan Belanja di Tiktokshop	44
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Hedonic shopping motivation</i> .	45
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Discount Voucher</i>	45
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Shopping lifestyle</i>	46
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Impulsive buying</i>	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	50
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas	50
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glesjer).....	51
Tabel 4.17 Uji T.....	51
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>E-commerce</i> Paling Sering Diakses Masyarakat Indonesia	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	23
Gambar 4.1 Logo TiktokShop	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengantar Kuesioner	63
Lampiran 2 Lembar Kuesioner	64
Lampiran 3. Jawaban Responden	67
Lampiran 4. Statistik Deskriptif	79
Lampiran 5. Uji Validitas	81
Lampiran 6. Uji Reliabilitas	84
Lampiran 7. Hasil Analisis Data.....	85
Lampiran 8. Surat Izin Penelitian	88
Lampiran 9. R Tabel	91
Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian.....	92

