

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*, DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA
*E-COMMERCE SHOPEE***

(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Angkatan 2022)

SKRIPSI

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



Oleh : MARCELA FIRDHAUS

2210411013

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

2026

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Marcela Firdhaus

Nim : 2210411013

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa Skripsi yang berjudul Pengaruh *Live Streaming, Hedonic Shopping Motivation*, dan *Online Customer Review Terhadap Impulsive Buying* Pada *E-Commerce Shopee* (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Angkatan 2022), adalah hasil karya saya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. karya ini belum pernah diajukan ke institusi mana pun serta bukan merupakan plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab sepenuhnya atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan prinsip ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa tekanan atau paksaan dari pihak mana pun serta saya bersedia menerima sanksi akademik dan siap dituntut secara hukum jika di kemudian hari ada pihak-pihak yang merasa dirugikan atas pernyataan yang tidak benar ini.

Jember, Mei 2026
Yang menyatakan,



Marcela Firdhaus
2210411013

SKRIPSI

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*, DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA
E-COMMERCE SHOPEE
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Angkatan 2022)**

OLEH : MARCELA FIRDHAUS
22.1041.1013

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama

: Ahmad Izzuddin SE., MM



Dosen Pembimbing Pendamping

: Jekti Rahayu SE., M.Si



PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh *Live Streaming*, *Hedonic Shopping Motivation*, dan *Online Customer Review* Terhadap *Impulsive Buying* Pada *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Angkatan 2022)” telah di uji dan disahkan oeh fakultas Ekonomi Dan Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 14 Juli 2026

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Nursaidah, S.E., MM
NPK. 1985060111509637

Anggota 1,



Ahmad Izzuddin SE., MM
NPK. 1990100711605780

Anggota 2,



Jekti Rahayu SE., M.Si
NPK. 1972071111703793

Mengesahkan

Dekan



Maheni Ika Sari, SE., MM
NIP. 197708112005012001

Ketua program Studi



Septy Holisa Umamy, SM., MM
NPK. 19950922122091029

MOTTO

“Allah memang tidak menjanjikan hidupmu akan selalu mudah, tapi dua kali Allah berjanji bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

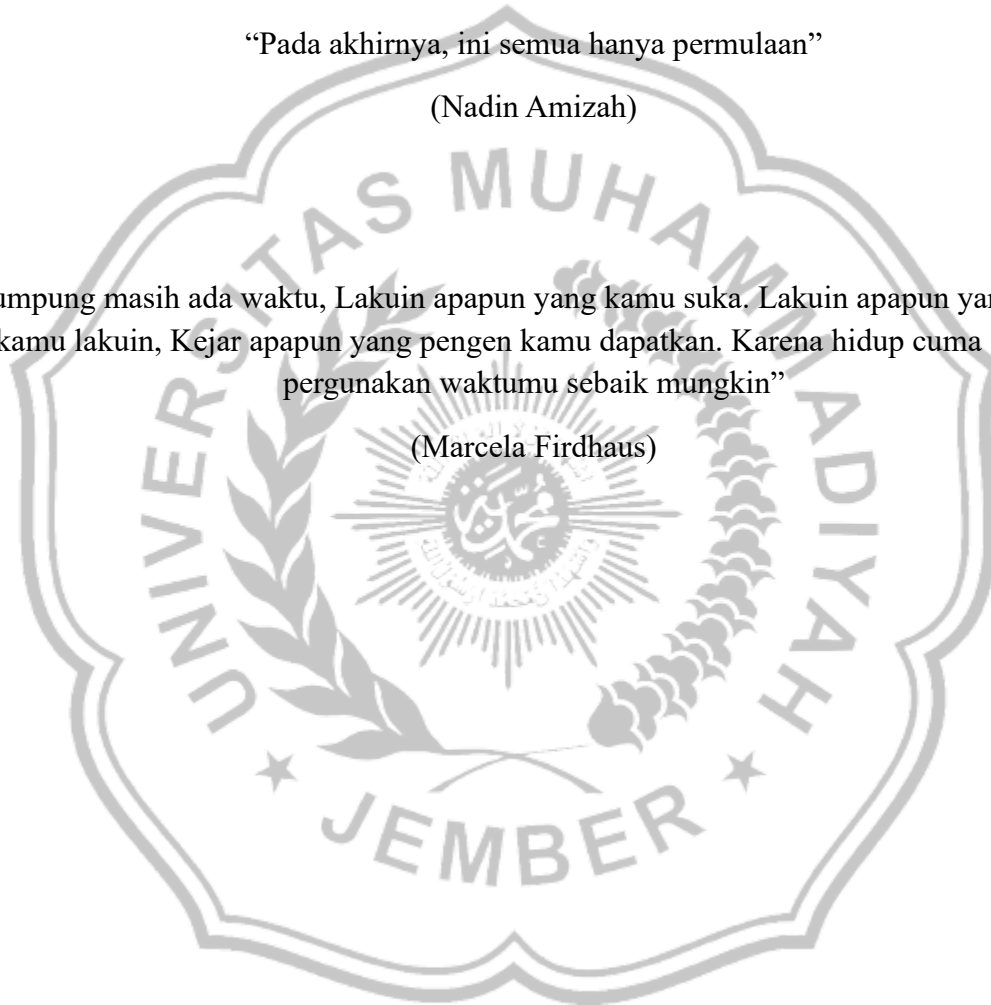
(QS.Al-Insyirah 94: 5-6)

“Pada akhirnya, ini semua hanya permulaan”

(Nadin Amizah)

“Mumpung masih ada waktu, Lakukan apapun yang kamu suka. Lakukan apapun yang pengen kamu lakukan, Kejar apapun yang pengen kamu dapatkan. Karena hidup cuma sekali, pergunakan waktumu sebaik mungkin”

(Marcela Firdhaus)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, kesehatan, kemudahan, kekuatan, dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir. Tidak sedikit proses yang harus dilalui, mulai dari rasa lelah, kesulitan, keraguan, hingga berbagai tantangan selama penyusunan skripsi. Namun, atas izin Allah SWT serta dukungan dari orang-orang terdekat, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan dengan baik. Dengan penuh rasa hormat, bangga, dan terima kasih, karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta saya, yang selalu menjadi rumah, tempat pulang, dan alasan terbesar penulis untuk terus berjuang dan tidak menyerah. Terima kasih atas segala kasih sayang, doa yang tidak pernah putus, dukungan moral maupun material, serta pengorbanan yang begitu besar demi masa depan penulis. Terima kasih karena selalu percaya pada setiap proses yang penulis jalani, memberikan semangat di saat penulis merasa lelah dan hampir menyerah, dan menjadi sumber kekuatan terbesar selama proses penyusunan skripsi ini. Tiada kata yang mampu menggambarkan rasa syukur penulis memiliki orang tua yang selalu hadir dengan cinta dan ketulusan. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, kebahagiaan, umur yang panjang, dan keberkahan untuk bapak dan ibu tercinta.
2. Kepada kakak saya, terima kasih atas dukungan, perhatian, semangat, dan doa yang selalu diberikan kepada penulis. Kehadiranmu menjadi salah satu sumber kekuatan bagi penulis dalam menjalani setiap proses yang tidak selalu mudah. Terima kasih karena telah menjadi saudara sekaligus tempat berbagi semangat dan harapan.
3. Teruntuk keponakan saya, Terima kasih selalu menghadirkan kebahagiaan melalui setiap tingkah laku dan kelucuan kalian. Tawa, canda, dan keceriaan yang kalian berikan menjadi hiburan di tengah proses penyusunan skripsi ini serta menjadi obat lelah di setiap perjuangan yang penulis lalui. Kehadiran kalian selalu mampu mengembalikan semangat dan memberikan energi positif untuk terus melangkah hingga karya ini terselesaikan. Semoga kalian senantiasa tumbuh menjadi anak-anak yang sehat, cerdas, membanggakan keluarga, serta berhasil meraih cita-cita di masa depan.
4. Kepada keluarga besar saya, terima kasih atas doa, perhatian, serta dukungan yang selalu diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan. Kehangatan dan dukungan dari kalian menjadi salah satu alasan untuk kembali menguatkan diri di tengah berbagai tekanan dan kesulitan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Teruntuk Irfani Khusnah, terima kasih karena telah menjadi sahabat yang selalu menemani, mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat, dukungan, serta motivasi kepada penulis selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena tidak meninggalkan dan membantu penulis di keadaan sulit. Kehadiranmu menjadi salah satu bagian penting dalam perjalanan penulis, terutama pada saat-saat ketika penulis merasa lelah dan membutuhkan dorongan untuk tetap melanjutkan perjuangan.
6. Teruntuk seseorang yang tidak kalah penting pemilik NIM 017, terima kasih telah menjadi bagian berarti dalam perjalanan penulis, hadir sebagai rumah tempat penulis berkeluh kesah, pendamping dalam suka maupun duka, yang tak pernah lelah memberikan waktu, tenaga, dukungan maupun materi, serta cinta yang begitu tulus hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi pendengar terbaik di saat lelah dan penyemangat ketika penulis ingin menyerah.

7. Teruntuk Wanda Anggraini Rahayu, Nufita Dewi, dan Ega Wahilda Marsya Bella. Terima kasih atas kebersamaan, bantuan, dukungan, serta semangat yang diberikan selama masa perkuliahan. Setiap canda tawa, diskusi, bantuan, dan dukungan yang diberikan menjadi bagian berharga dalam perjalanan penulis menyelesaikan pendidikan ini. Terima kasih telah menjadi teman seperjuangan yang selalu memberi warna dalam masa-masa kuliah.
8. Teruntuk teman kost saya Eda dan Zinatul Hayati. Terima kasih atas kebersamaan, cerita, candaan, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan selama ini. Terima kasih karena telah menjadi bagian dari keseharian penulis, tempat berbagi cerita, keluh kesah, dan semangat di tengah padatnya proses penyusunan skripsi.
9. Teman-teman seperjuangan Terima kasih atas kebersamaan, bantuan, dan semangat yang diberikan. Perjalanan ini menjadi lebih bermakna karena adanya kalian yang selalu mendukung dan menemani dalam suka maupun duka. Semoga segala perjuangan dan impian yang sedang kita usahakan dapat tercapai dengan hasil terbaik di masa depan.
10. Dan untuk diri saya sendiri. Terima kasih karena sudah mampu bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah meskipun banyak rasa lelah, takut, dan tekanan yang harus dihadapi selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih sudah terus berusaha, belajar menjadi lebih kuat, lebih sabar, dan lebih percaya pada diri sendiri. Skripsi ini menjadi bukti bahwa segala proses, perjuangan, doa, dan air mata yang dilewati tidak pernah sia-sia. Semoga langkahmu selalu diperkuat, dikelilingi orang-orang baik dan hebat, serta mimpimu satu persatu akan terjawab. Aamiin

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh *Live Streaming*, *Hedonic Shopping Motivation*, dan *Online Customer Review* terhadap *Impulsive Buying* pada *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Angkatan 2022)” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan di setiap langkah kehidupan penulis.
2. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Maheni Ika Sari, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu Septy Holisa Umamy, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Ibu Nursaidah, S.E., MM., selaku Ketua Penguji yang telah memberikan masukan yang membangun dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Ahmad Izzuddin, S.E., M.M., dan Ibu Jekti Rahayu, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta saran yang sangat membantu selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan, kasih sayang, serta motivasi yang tiada henti kepada penulis.
9. Kelas Manajemen A angkatan 2022, teman-teman seperjuangan yang telah memberikan semangat, warna indah, dan kebersamaan yang tak ternilai dalam masa perkuliahan, sukses selalu buat kalian dalam mengejar mimpi masing-masing.

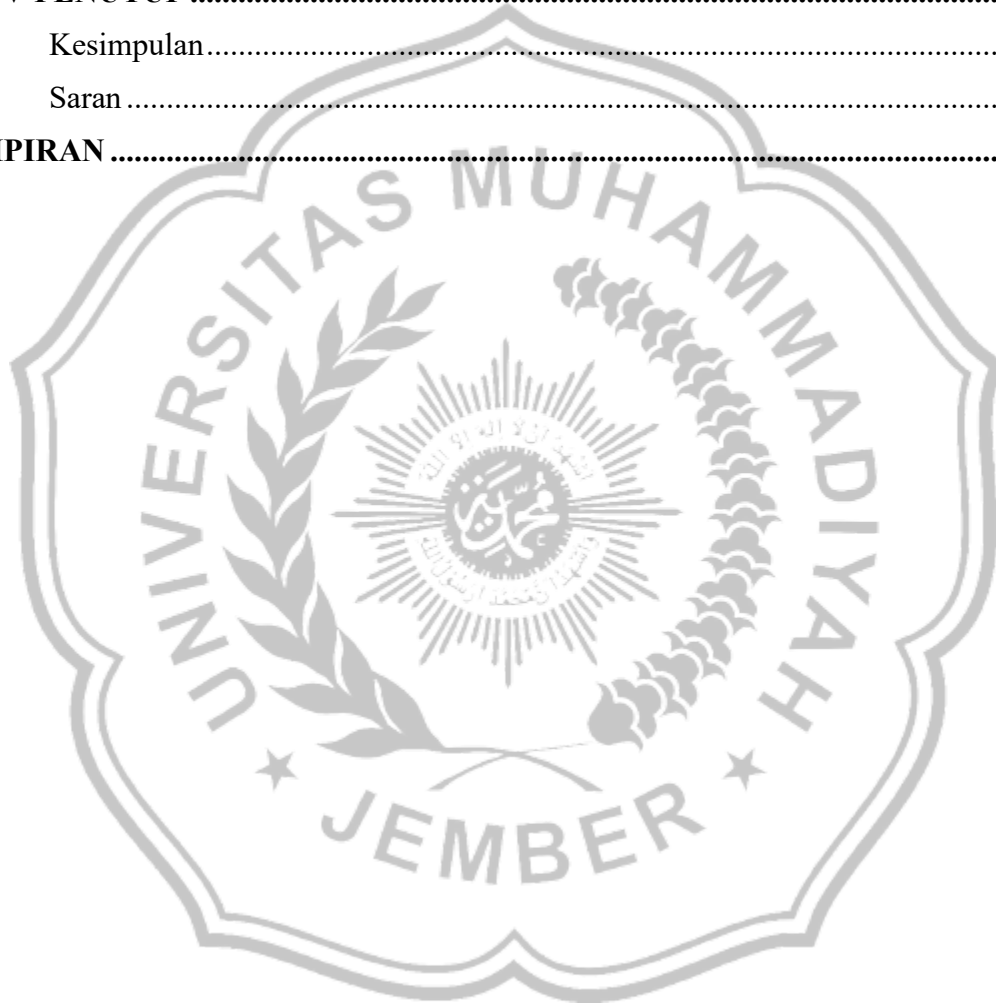
Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, peneliti selanjutnya, serta pihak-pihak yang membutuhkan.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah	5
1.3 Tujuan penelitian	5
1.4 Manfaat penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 <i>Grand Theory (Stimulus–Organism–Response (S–O–R) Theory)</i>	7
2.1.2 Perilaku Konsumen	7
2.1.3 Manajemen Pemasaran	8
2.1.4 <i>Live Streaming</i>	9
2.1.5 <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	11
2.1.6 <i>Online Customer Review</i>	13
2.1.7 <i>Impulsive Buying</i>	14
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Konseptual	24
2.4 Hipotesis	24
2.4.1 Pengaruh <i>Live Streaming</i> Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	24
2.4.2 Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	25
2.4.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26

3.1	Identifikasi Variabel	26
3.2	Definisi Operasional Variabel	26
3.2.1	<i>Live Streaming</i> (X1)	26
3.2.2	<i>Hedonic Shopping Motivation</i> (X2)	27
3.2.3	<i>Online Customer Review</i> (X3).....	27
3.2.4	<i>Impulsive Buying</i> (Y).....	28
3.3	Desain Penelitian	28
3.4	Jenis Data.....	28
3.4.1	Data Primer.....	28
3.4.2	Data Sekunder	28
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	28
3.5.1	Populasi	28
3.5.2	Sampel	29
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel	29
3.6	Teknik Pengumpulan Data	29
3.6.1	Observasi	29
3.6.2	Kuisisioner	30
3.6.3	Wawancara	30
3.6.4	Dokumentasi.....	30
3.7	Teknik Analisis Data	30
3.7.1	Uji Instrumen Penelitian.....	31
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	31
3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda	32
3.7.4	Uji Hipotesis	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		34
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
4.1.1	Logo Shopee	34
4.1.2	Visi dan Misi Shopee.....	34
4.1.3	Sejarah Shopee	34
4.2	Analisis Data	35
4.3	Analisis Indeks Jawaban Responden.....	37
4.4	Hasil Uji Instrumen Data	41
4.5	Uji Asumsi Klasik	43
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda	45
4.7	Uji Hipotesis	47

4.7.1 Uji t (Parsial).....	47
4.7.2 Uji Koefisien Determinasi R²	48
4.8 Pembahasan	49
4.8.1 Pengaruh <i>Live Streaming</i> Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	49
4.8.2 Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	50
4.8.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	50
BAB V PENUTUP	52
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran	53
LAMPIRAN	57



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>E-commerce</i> yang sering dikunjungi periode April-Juni 2025	3
Tabel 1.2 <i>Platform Live Shopping</i> terpopuler 2024	4
Tabel 1.3 Data Pra-Survei 20 responden	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Fakultas.....	36
Tabel 4.4 Frekuensi Pembelian di <i>e-commerce</i> Shopee	37
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Live Streaming</i>	37
Tabel 4.6 Jawaban Variabel <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	38
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Variabel <i>Online Customer Review</i>	39
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Variabel <i>Impulsive Buying</i>	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	43
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolenieritas.....	44
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
Tabel 4.14 Hasil Uji t (Parsial).....	47
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	24
Gambar 4.1 Logo Shopee	34
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian.....	57
Lampiran 2 Data Pra-Survei Berdasarkan Program Studi.....	60
Lampiran 3 Tabulasi Olah Data Responden.....	61
Lampiran 4 Deskripsi Statistik Responden	63
Lampiran 5 Statistik Jawaban Responden	64
Lampiran 6 Uji Validitas	68
Lampiran 7 Uji Reliabilitas	70
Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik.....	71
Lampiran 9 Analisis Regresi Linier Berganda	72
Lampiran 10 Uji t (Parsial).....	72
Lampiran 11 Uji Koefisien Determinasi R ²	73
Lampiran 12 Dokumentasi	73
Lampiran 13 Surat Izin Penelitian	74

