

SKRIPSI

**PENGARUH MOTIVASI PEMBELIAN HEDONIS DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI
IMPULSIVE BUYING SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
PADA GENERASI Z PENGGUNA TIKTOK
DI BANJARMASIN**



Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

DISUSUN OLEH:
M. RIDHO AZIZI
2010312210055

PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2024

LEMBAR LEGALITAS

LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat

Nama : M. Ridho Azizi
NIM : 2010312210055
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi Pembelian Hedonis dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui *Impulsive Buying* Pada Generasi Z Pengguna TikTok di Banjarmasin

Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Ujian Dilaksanakan : Senin 08 Juli 2024

Waktu dan Tempat : 11.00 – 13.00 WITA Ruang Kelas C-1

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji. Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Banjarmasin, Juli 2024

Dosen Pembimbing



Siti Aliyati Al Bushairi, S.E., M.M

NIP. 19720909 199903 2 001


Mahasiswa



M. Ridho Azizi

2010312210055

Mengetahui
Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, S.E.M. Si
NIP. 197007072 00501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : M. Ridho Azizi
NIM : 2010312210055
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi Pembelian Hedonis dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui *Impulsive Buying* Pada Generasi Z Pengguna TikTok di Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : - Senin 08 Juli 2024

Tim Penguji

Pembimbing : Siti Allyati Al Bushairi S.E., M.M

(.....)

Penguji 1 : Dr. Nuril Huda, S.E, M.M

(.....)

Penguji 2 : Rusniati, S.E, M.Si

(.....)

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat

Nama : M. Ridho Azizi
NIM : 2010312210055
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi Pembelian Hedonis dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui *Impulsive Buying* Pada Generasi Z Pengguna TikTok di Banjarmasin

Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran


Ujian Dilaksanakan : Senin 08 Juli 2024

Waktu dan Tempat : 11.00 – 13.00 WITA Ruang Kelas C-1

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji. Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.


Banjarmasin, Juli 2024

Dosen Pembimbing


Siti Aliyati Al Bushairi, S.E, M.M

NIP. 19720909 199903 2 001

Mahasiswa


M. Ridho Azizi

2010312210055

Mengetahui
Koordinator Program Studi Manajemen

Abdul Hadi, S.E.M. Si
NIP. 197007072 00501 1 001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 22 Juni 2024

Yang membuat pernyataan



2010312210055

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan karunia dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul **“PENGARUH MOTIVASI PEMBELIAN HEDONIS DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI *IMPULSIVE BUYING* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA GENERASI Z PENGGUNA TIKTOK DI BANJARMASIN.”** Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat di Banjarmasin. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari keterbatasan dan kekurangan. Peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Selama proses penyusunan skripsi, peneliti mendapatkan dukungan, semangat, motivasi, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin beserta jajaran.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat beserta jajaran.
3. Bapak Abdul Hadi, SE., M. Si, selaku Koordinator Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Siti Aliyati Al Bushairi S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan juga solusi terbaik kepada saya dengan penuh kesabaran berupa pemikiran, ilmu pengetahuan serta saran dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi dari awal hingga selesai.
5. Bapak Dr, Nuril Huda S.E., M.M selaku Dosen Penguji I dan Ibu Rusniati S.E., M.Si selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan waktu dan masukan serta saran untuk menyempurnakan skripsi ini.
6. Ibu Redawati S.E., M.Fin selaku Dosen Pembimbing Akademik akademik yang telah membimbing saya dalam akademik dari awal semester hingga selesainya semester ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah memberikan bimbingan dan ilmu pengetahuannya sehingga memberikan kemampuan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, serta Staf Tata Usaha (BAAK) maupun Staf Jurusan Manajemen yang terlibat dalam proses skripsi saya yang telah memberikan bantuan dan informasi.
8. Sebagai ungkapan terima kasih, skripsi ini penulis persembahkan kepada orang tua tercinta Ayahanda H. Arifin dan Ibunda Hj. Noor Ainiah yang selalu menjadi penyemangat penulis, sebagai sandaran terkuat yang pernah ada, yang tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang, doa dan motivasi dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada penulis. Terima kasih sudah berjuang dan memberikan yang terbaik kepada penulis hingga di titik ini, semoga sehat selalu dan hidup lebih lama lagi sampai penulis bisa memberikan yang terbaik setelah ini.

9. Seluruh anggota keluarga saya yang telah memberikan saya dukungan yang telah memberikan doa, semangat, motivasi, serta dukungan baik spiritual, moril, materil, maupun cinta kasih tanpa pamrih kepada saya.
10. Teman-teman saya yang se Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
11. Sahabat-sahabat saya Ardhi Fahlevi, Ikhsan Sauqi, Berliana Oktavianti, Dwi Seftyana dan Polina Nalistia Irawan, Maulia Rahmah, Sultan Faris, Zahra Tazkiyah, Halimatus Sadiyah yang sudah menemani dan menjadi support system terbaik baik moral dan materil.
12. Ari Zuhdi, Noor Ikhsan, Kadafi, Novia Savitri, Rahmi Aulia, Anggita Bella, Noor Halida, Zahra Dwi, dan teman-teman seperjuangan kuliah lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu menemani saya dari awal kuliah sampai akhir.
13. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Semoga amal baik mereka memperoleh balasan baik dari Allah SWT dan selalu dalam perlindungannya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini, masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun yang sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya

Banjarmasin, 22 Juni 2024

Penulis

M. Ridho Azizi

2010312210055

ABSTRACT

M. Ridho Azizi (2024). The Influence of Hedonic Purchasing Motivation and Sales Promotion on Customer Satisfaction Through Impulsive Buying as an Intervening Variable in Generation Z Tiktok Users in Banjarmasin. Supervisor: Siti Aliyati Al Bushairi

This research was conducted to a) To analyze the influence of Hedonic Purchase Motivation on Customer Satisfaction on TikTok among Gen Z in Banjarmasin. b) To analyze the influence of Sales Promotion on Customer Satisfaction on TikTok among Gen Z in Banjarmasin .c) To analyze the influence of Hedonic Purchase Motivation on Impulsive Buying on TikTok among Gen Z in Banjarmasin. d) To analyze the influence of Sales Promotion on Impulsive Buying on TikTok among Gen Z in Banjarmasin. e) To analyze the influence of Impulsive Buying on Customer Satisfaction in purchases on TikTok among Gen Z in Banjarmasin.

This research uses the Nonprobability Sampling method (Purposive Sampling). The population in this study was taken from generation z users of the TikTok application who had shopped on TikTok. The sample drawn for this research was 180 people. This research uses primary data by distributing questionnaires. The data analysis technique uses a Structural Equation Model (SEM) approach based on Partial Least Square (PLS).

The results of this research indicate that a) Hedonic Purchase Motivation has a positive and significant influence on Customer Satisfaction. b) Sales Promotion has a positive and significant influence on Customer Satisfaction. c) Hedonic Purchase Motivation has a positive and significant influence on Impulsive Buying. d) Sales Promotion has a positive and significant influence on Impulsive Buying. e) Impulsive Buying has a positive and significant influence on Customer Satisfaction.

Keywords: Hedonic Purchase Motivation, Sales Promotion, Customer Satisfaction, Impulsive Buying.

ABSTRAK

M. Ridho Azizi (2024). Pengaruh Motivasi Pembelian Hedonis Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Impulsive Buying Sebagai Variabel Intervening Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Banjarmasin. Pembimbing: Siti Aliyati Al Bushairi

Penelitian ini dilakukan untuk a) Untuk Menganalisis Motivasi Pembelian Hedonis berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di TikTok pada Gen Z di Banjarmasin. b) Untuk Menganalisis Promosi Penjualan memengaruhi tingkat Kepuasan Pelanggan di TikTok pada Gen Z di Banjarmasin. c) Untuk Menganalisis Motivasi Pembelian Hedonis memengaruhi *Impulsive Buying* di TikTok pada Gen Z di Banjarmasin. d) Untuk Menganalisis Promosi Penjualan memengaruhi *Impulsive Buying* di TikTok pada Gen Z di Banjarmasin. e) Untuk Menganalisis *Impulsive Buying* dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam pembelian di TikTok pada Gen Z di Banjarmasin..

Penelitian ini Menggunakan metode *Nonprobability Sampling (Purposive Sampling)*. Populasi dalam penelitian ini diambil dari generasi z pengguna aplikasi TikTok yang pernah berbelanja di TikTok. Sampel yang ditarik untuk penelitian ini sejumlah 180 orang. Penelitian ini menggunakan data primer dengan melakukan pembagian kuisioner. Teknik analisis data menggunakan pendekatan Structural Equation Model (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa a) Motivasi Pembelian Hedonis mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. b) Promosi Penjualan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. c) Motivasi Pembelian Hedonis mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying*. d) Promosi Penjualan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying*. e) *Impulsive Buying* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: Motivasi Pembelian Hedonis, Promosi Penjualan, Kepuasan Pelanggan, *Impulsive Buying*.

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Motivasi Pembelian Hedonis	12
2.1.2 Promosi Penjualan.....	13
2.1.3 <i>Impulsive Buying</i>	15
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	16
2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya	18
BAB III	22
KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS.....	22

3.1 Kerangka Konseptual.....	22
3.2 Hipotesis	24
3.2.1 Pengaruh Motivasi Pembelian Hedonis terhadap Kepuasan Pelanggan.	24
3.2.2 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan	25
3.2.3 Pengaruh Motivasi Pembelian Hedonis terhadap <i>Impulsive Buying</i>	26
3.2.4 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap <i>Impulsive Buying</i>	26
3.2.5 Pengaruh <i>Impulsive Buying</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	27
BAB IV	28
METODE PENELITIAN.....	28
4.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	28
4.2 Jenis Penelitian.....	28
4.3 Tempat dan Lokasi Penelitian.....	28
4.4 Unit Analisis	29
4.5 Populasi dan Sampel	29
4.5.1 Populasi	29
4.5.2 Sampel.....	29
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	30
4.6.1 Variabel Independen	30
4.6.2 Variabel Intervening.....	31
4.6.3 Variabel Dependen.....	31
4.6.4 Definisi Operasional Variabel.....	31
4.7 Teknik Pengumpulan Data.....	33
4.7.1 Kuisioner	33
4.8 Teknik Analisis Data.....	34
4.8.1 SEM-PLS (Structural Equation Model – Partial Least Square).....	34
4.8.2 Uji Hipotesis.....	36
BAB V	38
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
5.1 Gambaran Umum Aplikasi TikTok	38
5.1.1 Sejarah Aplikasi TikTok.....	38
5.1 Hasil dan Analisis.....	40

5.2.1 Karakteristik Responden	40
5.2.2 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.....	42
5.2.3 Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian	50
5.2.4 Analisis Data	56
5.2.5 Hasil Pengujian Hipotesis	67
5.2 Pembahasan Hasil Penelitian	71
5.2.1 Motivasi Pembelian Hedonis mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	71
5.2.2 Promosi Penjualan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	73
5.2.3 Motivasi Pembelian Hedonis mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Impulsive Buying</i>	74
5.2.4 Promosi Penjualan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Impulsive Buying</i>	76
5.2.5 <i>Impulsive Buying</i> mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	77
5.3 Implikasi Hasil	79
5.3.1 Implikasi Teoritis	79
5.3.2 Implikasi Praktis.....	82
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	84
BAB VI.....	85
KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
6.1 Kesimpulan	85
6.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Hasil Penelitian Sebelumnya	18
Tabel 4. 1 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 4. 2 Aturan/Pedoman mengukur Validitas dan Realibilitas	35
Tabel 4. 3 Aturan/Pedoman dalam Mengevaluasi Model Structural	36
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 5. 3 Skor Tanggapan Responden Variabel Motivasi Pembelian Hedonis ..	43
Tabel 5. 4 Skor Tanggapan Responden Variabel Promosi Penjualan.....	45
Tabel 5. 5 Skor Tanggapan Responden Variabel Impulsive Buying	46
Tabel 5. 6 Skor Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Pelanggan	48
Tabel 5. 7 Outer Loading Variabel Motivasi Pembelian Hedonis	50
Tabel 5. 8 Outer Loading Promosi Penjualan	51
Tabel 5. 9 Outer Loading Kepuasan Pelanggan.....	53
Tabel 5. 10 Outer Loading Impulsive Buying	54
Tabel 5. 11 Hasil Pengujian Realibilitas Instrumen.....	55
Tabel 5. 12 Nilai Convergent Validity Loading Factor	58
Tabel 5. 13 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	59
Tabel 5. 14 Nilai Cross Loading	60
Tabel 5. 15 Nilai Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT).....	61
Tabel 5. 16 Nilai Fornell-Larcker	62
Tabel 5. 17 Hasil Output R-square.....	63
Tabel 5. 18 Nilai F-Square	64
Tabel 5. 19 Nilai Q-Square	65
Tabel 5. 20 Hasil Output Coefficient	68
Tabel 5. 21 Specific Indirect Effects.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 10 Negara Pengguna TikTok Terbanyak per 2023	2
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual	23
Gambar 5. 1 Logo Aplikasi Tiktok	39
Gambar 5. 2 Nilai Outer Model	57
Gambar 5. 3 Grafik Output Bootsraping.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian	92
Lampiran 2 : Data Karakteristik Responden.....	98
Lampiran 3 : Deskripsi Statistik Variabel.....	98
Lampiran 4 : Uji Model Pengukuran (Outer Model)	104
Lampiran 5 : Grafik Output PLS-SEM	108