

SKRIPSI

PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* DAN *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* YANG MELAKUKAN PEMBAYARAN DENGAN SHOPEEPAY PADA *E-COMMERCE* SHOPEE DI BANJARMASIN UTARA

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh :

DHIYA FAIRUZ ADAWIYAH

NIM: 2010412320022



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN
2024**


LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* DAN *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* YANG MELAKUKAN PEMBAYARAN DENGAN SHOPEEPAY PADA *E-COMMERCE* SHOPEE DI BANJARMASIN UTARA

- A. Nama Mahasiswa : Dhiya Fairuz Adawiyah
NIM : 201041232002
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji:
- Pembimbing
Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB [.....]
NIP. 197604132000121002
 - Penguji I
Dra. Hj. Siti Rusidah, MM [.....]
NIP. 196206171989032001
 - Penguji II
M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM [.....]
NIP. 197604142001121003

Banjarmasin, Juli 2024

Koordinator Program Studi
Administrasi Bisnis


Hj. Nurul Wahyuni S.Sos., M.AB
NIP. 197511052001122001

Ketua Pembimbing


Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
NIP. 197604132000121002

Mengetahui,
Dekan Fisip ULM


Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP. 19730122199802100



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : /UN8.1.13/KP.10.00/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin menugaskan Saudara/i :

1. Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
2. Dra. Hj. Siti Rusidah, MM
3. M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Dhiya Fairuz Adawiyah
NIM : 2010412320022
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Shopping Lifestyle* Dan *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap *Impulse Buying* Yang Melakukan Pembayaran Dengan Shopeepay Pada *E-Commerce* Shopee Di Banjarmasin Utara

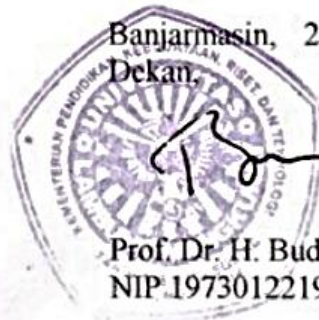
Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Senin, 24 Juni 2024
J a m : 10.00 Wita s.d Selesai
T e m p a t : Ruang Sidang 1 (Gedung Lama FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 21 Juni 2024

Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si e
NIP.197301221998021001





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Senin tanggal 24 bulan Juni tahun 2024, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 752/UN8.1.13/KP.10.00/2024 tanggal 21 Juni 2024 untuk menguji skripsi :

Nama : Dhiya Fairuz Adawiyah
NIM : 2010412320022
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Shopping Lifestyle* Dan *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap *Impulse Buying* Yang Melakukan Pembayaran Dengan *Shopeepay* Pada *E-Commerce* *Shopee* Di Banjarmasin Utara


Tempat Ujian : Ruang Sidang 1 (Gedung Lama FISIP ULM)
Waktu Ujian : 18.00 Wita s.d Selesai
Nilai :
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.


Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 24 Juni 2024

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,


Dhiya Fairuz Adawiyah

1. Ketua : Dr. Setio Utomo, S.Sos, MAB

()

2. Sekretaris : Dra. Hj. Siti Rustad, MM


()

3. Anggota : M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM

()

Mengetahui/membenarkan :
Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,




Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, MAB
NIP. 19751105 200112 2 001

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah subhanawata'alla yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya, serta shalawat salam kepada Baginda Nabi Besar Muhammad Sholalahualaihi Wassallam, yang tak pernah berhenti memikirkan umatnya, semoga diri ini termasuk didalam umatmu Ya Rasulallah dan mendapat syafa'at-Mu kelak. Atas kodirat dan iradat-Mu jualah Ya Rabb, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulse Buying* yang Melakukan Pembayaran dengan Shopeepay pada *E-commerce* Shopee di Banjarmasin Utara” skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Dalam penyelesaian skripsi ini banyak dibantu oleh berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan diri penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB, Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lambung Mangkurat.

4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.Ab selaku Sekretaris Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
5. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB, sebagai pembimbing skripsi yang meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan saran serta masukan sehingga skripsi ini dapat menjadi lebih baik.
6. Ibu Dra. Hj. Siti Rusidah, MM, sebagai penguji 1 skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya ntuk memberikan masukan dan saran sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Bapak M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM, sebagai penguji 2 skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya ntuk memberikan masukan dan saran sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
8. Kehidupanku, Ibu negaraku dan doa langitku, Ibu Asrohanah. Terimakasih untuk semua doa, dukungan dan motivasi yang diberikan dalam segala urusan penulis. Allah mengirimkan beliau sebagai jalur doa terkuat penulis sehingga mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
9. Cinta pertamaku dan *superman*-ku. Bapak Akhmad Hidayat. Terimakasih untuk semua usaha yang dilakukan untuk mendidik penulis sampai dibangku perkuliahan. Allah mengirimkan beliau sebagai jembatan rejeki, pemberi dukungan paling lembut sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
10. Teman hidupku, Rhea. Terimakasih telah menemani penulis disetiap waktu luangnya, menghibur disaat sedih dan pemberi semangat nomor satu untuk

menyelesaikan skripsi ini.

11. Sahabatku, Risna Rosalia (2010412320012), sebagai partner yang paling berperan dalam penyelesaian skripsi ini. Terimakasih sudah mewujudkan janji diawal bahwa akan lulus bersama.
12. Kepada Amira Tharadifa dan Anindya Ridha Pramesti, *my junior highschool mate*. Terimakasih sudah memberi dukungan penuh dalam perjalanan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
13. Seluruh Dosen Progam Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universtias Lambung Mangkurat
14. Seluruh teman-teman Progam Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2020, terimakasih atas dukungan dan bantuannya sampai sekarang ini
15. Dan seluruh pihak yang turut membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
16. Terakhir, terimakasih untuk Dhiya Fairuz Adawiyah, diriku sendiri. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini.

Banjarmasin, 19 Mei 2024
Penulis

Dhiya Fairuz Adawiyah
NIM: 2010412320022

LEMBAR PERSEMBAHAN

Untuk Mama, Ayah, Alm. Abang Muntadzir, Mufid, Insyira dan Fudhail.

– Dhiya

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi pustaka adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah dipublikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 21 Juli 2024

Lembar Pernyataan



Dhiya Fairuz Adawiyah

NIM: 2010412320022

ABSTRAK

Dhiya Fairuz Adawiyah, 2010412320022, 2024. Pengaruh *Shopping Lifestyle* Dan *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap *Impulse Buying* Yang Melakukan Pembayaran Dengan Shopeepay Pada *E-Commerce* Shopee Di Banjarmasin Utara, di bawah bimbingan: Setio Utomo.

Penelitian ini dilakukan bertujuan menguji pengaruh secara parsial dan simultan variabel *shopping lifestyle* dan *hedonic shopping motivation* terhadap *impulse buying* yang melakukan pembayaran dengan Shopeepay pada *e-commerce* shopee di Banjarmasin Utara. Sebanyak 100 responden yang telah melakukan pembayaran dengan Shopeepay dan melakukan pembelian di Shopee setidaknya satu kali dipilih secara *accidental sampling* sebagai responden kuesioner digunakan untuk pengumpulan data dan analisis data menggunakan regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *shopping lifestyle* berpengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap *impulse buying* yang melakukan pembayaran dengan Shopeepay pada Shopee di Banjarmasin, *hedonic shopping motivation* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *impulse buying* yang melakukan pembayaran dengan Shopeepay pada Shopee di Banjarmasin Utara serta *shopping lifestyle* dan *hedonic shopping motivation* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* yang melakukan pembayaran dengan Shopeepay pada Shopee di Banjarmasin Utara

Kata Kunci: *Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Motivation, Impulse Buying*

ABSTRACT

Dhiya Fairuz Adawiyah, 2010412320022, 2024. The Influence of Shopping Lifestyle and Hedonic Shopping Motivation on Impulse Buyers Who Make Payments with Shopeepay on Shopee E-Commerce in North Banjarmasin, under the guidance of: Setio Utomo.

This research was conducted with the aim of testing the partial and simultaneous influence of shopping lifestyle and hedonic shopping motivation variables on impulse buying that makes payments using ShopeePay on Shopee e-commerce in North Banjarmasin. A total of 100 respondents who had made payments with Shopeepay and made purchases on Shopee at least once were selected by accidental sampling as questionnaire respondents used for data collection and data analysis using multiple linear regression assisted.

The results of this research show that shopping lifestyle has a partially insignificant effect on impulse buying which makes payments with Shopeepay at Shopee in North Banjarmasin, hedonic shopping motivation has a partially significant effect on impulse buyers who make payments with Shopeepay on Shopee in North Banjarmasin, as well as shopping lifestyle and hedonic shopping motivation simultaneously have a significant effect on impulse buying who make payments with Shopeepay on Shopee in Banjarmasin North.

Keyword: Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Motivation, Impulse Buying

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT TUGAS	ii
BERITA ACARA	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1. Tinjauan Teori	16
2.1.1 Pemasaran	16
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	19
2.1.3 Perilaku Konsumen	22
2.1.4 <i>Shopping Lifestyle</i>	26
2.1.5 <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	32
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	35
2.1.7 <i>Impulse Buying</i>	36
2.2. Penelitian Terdahulu.....	42
2.3. Hipotesis dan Model Penelitian.....	48
2.3.1 Hipotesis Penelitian.....	48
2.3.2 Model Penelitian	51
BAB III METODE PENELITIAN.....	52

3.1 Pendekatan Penelitian.....	52
3.2 Desain Penelitian	52
3.3 Lokasi Penelitian	52
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling.....	52
3.5 Definisi Operasional Variabel	54
3.6 Teknik Pengumpulan Data	59
3.7 Teknik Analisa Data	60
BAB IV HASIL PENELITIAN	67
4.1 Karakteristik Responden.....	67
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan	69
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	70
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> (X1).....	70
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Hedonic Shopping Lifestyle</i> (X2)	74
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Impulse buying</i> (Y).....	77
4.3 Uji Validitas dan Reabilitas	79
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	82
4.4.1 Uji Normalitas Data	82
4.4.2 Uji Multikolinieritas	85
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	86
4.5 Uji Regresi Linear Berganda	87
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis.....	88
4.6.1 Uji T (Parsial).....	88
4.6.2 Uji F (Simultan)	90
4.6.3 Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	91
BAB V PEMBAHASAN	94
5.1 Pembahasan	94
5.1.1 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> (X1) terhadap <i>Impulse buying</i> (Y).....	94
5.1.2 Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> (X2) terhadap <i>Impulse buying</i> (Y) ..	96
5.1.3 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> (X1) dan <i>Hedonic Shopping Motivation</i> (X2)	

terhadap <i>Impulse buying</i> (Y)	99
5.2 Implikasi Hasil Penelitian.....	100
5.2.1 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	101
5.2.2 Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	102
5.2.3 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> dan <i>Hedonic Shopping Motivation</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	103
5.3 Keterbatasan Penelitian	104
BAB VI PENUTUP	106
6.1 Kesimpulan.....	106
6.2 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN.....	113
BIODATA DIRI	114

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian.....	58
Tabel 3. 2 Skala Likert	60
Tabel 3. 3 Rentang Kategori Jawaban Responden.....	61
Tabel 3. 4 Pedoman Koefisien Korelasi.....	66
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan.....	69
Tabel 4. 5 Rekapitulasi jawaban responden variabel Shopping Lifestyle (X1)...	70
Tabel 4.6 Rekapitulasi jawaban responden variabel Hedonic Shopping Motivation (X2).....	74
Tabel 4. 7 Rekapitulasi jawaban responden variabel <i>Impulse buying</i> (Y).....	77
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	80
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	82
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas Kolmogorv-Smirnov Test.....	84
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	85
Tabel 4. 12 Hasil Regresi Linear Berganda	87
Tabel 4. 13 Hasil Statistik Secara Parsial (Uji T)	89
Tabel 4. 14 Hasil Statistik Secara Simultan (Uji F).....	91
Tabel 4. 15 Hasil Koefisien Determinasi R ²	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pengunjung <i>E-commerce</i> Tahun 2022.....	3
Gambar 1. 2 Grafik Pengunjung <i>E-commerce</i> Tahun 2023.....	4
Gambar 1. 3 Metode Pembayaran yang Paling Dipakai 2023	5
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen.....	25
Gambar 2. 2 Model Penelitian	51
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	83
Gambar 4. 2 Hasil Normalitas Data P-Plot	83
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas Data Scatterplot.....	86
Gambar 5. 1 Hasil Model Akhir Penelitian.....	104