

SKRIPSI

PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA KONSUMEN SOCIOLLA DUTA MALL BANJARMASIN

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

Oleh:

SHINTA AMALIA
NIM. 2110412120008



UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN
2026

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN HEDONIC SHOPPING MOTIVATION TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN SOCIOLLA DUTA MALL BANJARMASIN

- A. Nama : Shinta Amalia
NIM : 2110412120008
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji:
- a. Pembimbing
Dr. H. Hairudinor, S.Sos., MM
NIP. 197306161999031003
 - b. Penguji I
Dra. Hj. Siti Rusidah, MM
NIP. 196206171989032001
 - c. Penguji II
Dr. Setio Utomo, S.Sos. M.AB
NIP. 197604132000121002

Banjarmasin, 02 Juni 2026

Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis

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

Ketua Pembimbing

Dr. H. Hairudinor, S.Sos., MM
NIP. 197306161999031003



Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si
NIP. 197104201999031001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
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 1506/UN8.1.13/KP.10.00/2026

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

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

Untuk menguji **Skripsi** Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Shinta Amalia
NIM : 2110412120008
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Price Discount* dan *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulse Buying* pada Konsumen Sociolla Duta Mall Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Rabu, 3 Juni 2026
J a m : 13.30 Wita – Selesai
T e m p a t : Sidang 1 (Gedung Lama FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 25 Mei 2026
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP 197104201999031001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
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 Rabu tanggal 3 bulan Juni tahun 2026, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 1506/UN8.1.13/KP.10.00/2026 tanggal 25 Mei 2026 untuk menguji skripsi :

Nama : Shinta Amalia
NIM : 2110412120008
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Price Discount* dan *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulse Buying* pada Konsumen Sociolla Duta Mall Banjarmasin
Tempat Ujian : Ruang Sidang 1 (Gedung Lama FISIP ULM)
Waktu Ujian : 13.00 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 : 3 Juni 2026

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,


Shinta Amalia

1. Ketua : Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM

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

3. Anggota : Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB

Mengesah/membenarkan :
Dekan
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis,

Mardiana, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105 200112 2 001



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, serta dukungan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si selaku rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Dr. Irwansyah S.Sos, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB selaku koordinator Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Almarhum Prof. Dr. Saladin Ghalib, M.A., selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama masa perkuliahan.
5. Dr. H. Hairudinor, S.Sos., MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi kepada penulis.
6. Dra. Hj. Siti Rusidah, MM, selaku dosen penguji I yang telah memberikan saran dan masukan yang sangat berarti dalam penyempurnaan skripsi ini.

7. Dr. Setio Utomo, S.Sos., M.AB, selaku dosen penguji II yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun bagi penulis.
8. Serta seluruh Dosen Pengajar dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan ilmu, pengalaman, serta bimbingan selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca untuk menyempurnakan kekurangan tersebut. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Banjarmasin, 02 Juni 2026



Shinta Amalia

NIM 2110412120008

KATA PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT. atas segala rahmat, karunia, serta kemudahan yang telah diberikan, dan melalui berbagai proses serta perjuangan yang tidak mudah, skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua yaitu Nor Janah (Ibu) & Rahmad Suparno (Bapak) yang selalu menjadi alasan penulis untuk terus berusaha. Atas doa, dukungan, dan segala pengorbanan yang diberikan tanpa henti. Meskipun tidak selalu terucap, segala bentuk perhatian dan perjuangan yang telah diberikan sangat berarti bagi penulis hingga mampu menyelesaikan pendidikan ini. Semoga pencapaian ini dapat menjadi salah satu bentuk kebahagiaan dan kebanggaan.

Penulis juga mempersembahkan skripsi ini kepada adik tercinta, Afrilya Nur Zasmi, yang selalu memberikan semangat melalui kebersamaan dan dukungan sederhana namun penuh makna. Kehadirannya menjadi salah satu sumber kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis turut mengucapkan terima kasih kepada nenek tercinta, Nor Ainah, yang senantiasa mendoakan dan memberikan perhatian dengan tulus. Dukungan dan kasih sayang yang diberikan menjadi kekuatan tersendiri bagi penulis dalam menjalani setiap proses penyusunan skripsi ini.

Rasa terima kasih juga penulis sampaikan kepada paman, Ashrani, yang selalu memberikan dukungan, motivasi, serta dorongan semangat sehingga penulis dapat tetap berjuang dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada sahabat-sahabat tercinta, yaitu Fera Dwi Apriliani, Helda Najmi, Mahmudatul Nafisah, Melvy Ankyandrea Wati, dan Tsania Zahara, yang selalu hadir dan memberikan dukungan dalam setiap proses, baik dalam suka maupun duka. Bantuan, perhatian, dan kebersamaan yang diberikan menjadikan perjalanan penyusunan skripsi ini terasa lebih ringan, berkesan, dan penuh makna. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik, serta semoga kesuksesan senantiasa menyertai di masa yang akan datang.

Terakhir, penulis mempersembahkan skripsi ini untuk diri sendiri sebagai

bentuk apresiasi atas segala usaha, perjuangan, kesabaran, dan keteguhan yang telah dilalui selama menempuh pendidikan hingga menyelesaikan skripsi ini. Berbagai tantangan, hambatan, serta rasa lelah yang hadir dalam prosesnya telah menjadi bagian dari perjalanan yang membentuk penulis menjadi pribadi yang lebih kuat dan dewasa. Terima kasih karena telah bertahan, terus berusaha, dan tidak menyerah meskipun dalam kondisi yang tidak selalu mudah. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa setiap langkah kecil yang dilakukan dengan penuh keyakinan akan membawa pada tujuan yang diharapkan serta menjadi awal dari perjalanan dan impian yang lebih besar di masa mendatang.

"Pasti doamu yang lancarkan, upayaku
Mesti doa yang meluncur, dari bibirmu
Dan yang kutahu kau takkan, pernah berhenti
Tumbuhku kini, semoga sesuai yang kau impi."
(Perunggu - Gemilang)

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 disitasi 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.



ABSTRAK

Shinta Amalia, 2110412120008, 2026. Pengaruh *Price Discount* dan *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen Sociolla Duta Mall Banjarmasin, di bawah bimbingan: Hairudinor.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan *price discount* dan *hedonic shopping motivation* terhadap konsumen Sociolla Duta Mall Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini ialah sebanyak 130 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner dan analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *price discount* dan *hedonic shopping motivation* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* konsumen Sociolla Duta Mall Banjarmasin. Serta *price discount* dan *hedonic shopping motivation* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* konsumen Sociolla Duta Mall Banjarmasin.

Kata kunci: *Price Discount, Hedonic Shopping Motivation, Impulse Buying*

ABSTRACT

Shinta Amalia, 2110412120008, 2026. The Effect of Price Discounts and Hedonic Shopping Motivation on Impulse Buying Among Sociolla Consumers at Duta Mall Banjarmasin, under the guidance of: Hairudinor.

This study aims to examine the partial and simultaneous effects of price discounts and hedonic shopping motivation on Sociolla consumers at Duta Mall Banjarmasin. This study employs a quantitative approach. The sampling technique used is purposive sampling. The sample size for this study consists of 130 respondents. Data collection was conducted through the distribution of questionnaires, and data analysis utilized multiple linear regression analysis.

The results of the study indicate that price discounts and hedonic shopping motivation have a partial, positive, and significant effect on impulse buying among Sociolla customers at Duta Mall Banjarmasin. Furthermore, price discounts and hedonic shopping motivation have a simultaneous, positive, and significant effect on impulse buying among Sociolla customers at Duta Mall Banjarmasin.

Keywords: Price Discount, Hedonic Shopping Motivation, Impulse Buying

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT TUGAS	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
KATA PERSEMBAHAN.....	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS	ix
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Landasan Teoritis	19
2.1.1 Pemasaran.....	19
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	25
2.1.3 <i>Price Discount</i>	29
2.1.4 <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	33
2.1.5 <i>Impulse Buying</i>	36
2.2 Penelitian Terdahulu	41
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	48
2.3.1 Hipotesis Penelitian	48
2.3.2 Model Penelitian	51
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1 Pendekatan Penelitian	53
3.2 Desain Penelitian.....	53

3.3 Lokasi Penelitian	54
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling.....	54
3.4.1 Populasi	54
3.4.2 Sampel	54
3.4.3 Teknik Sampling.....	55
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	56
3.5.1 Variabel Bebas (<i>Independant</i>).....	56
3.5.2 Variabel Terikat (<i>Dependent</i>)	57
3.6 Teknik Pengumpulan Data	60
3.6.1 Data Primer	60
3.6.2 Data Sekunder.....	60
3.6.3 Kuesioner.....	61
3.7 Teknik Analisis Data	61
3.7.1 Skala Pengukuran	62
3.7.2 Analisis Deskriptif Statistik	62
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	63
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	65
3.7.5 Analisis Regresi Linier Berganda	66
3.7.6 Alat Uji Hipotesis	67
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	70
4.1 Profil Responden.....	70
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.1.2 Berdasarkan Usia.....	71
4.1.3 Berdasarkan Pekerjaan	72
4.1.4 Berdasarkan Pendapatan.....	74
4.1.5 Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	75
4.2 Hasil Deskriptif Statistik.....	77
4.2.1 Deskriptif Variabel <i>Price Discount</i>	77
4.2.2 Deskriptif Variabel <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	79
4.2.3 Deskriptif Variabel <i>Impulse Buying</i>	82
4.3 Uji Validitas & Reliabilitas	84

4.3.1 Uji Validitas.....	84
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	86
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	87
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	87
4.4.2 Hasil Uji Multikolienaritas	89
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	90
4.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	90
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	92
4.6.1 Hasil Uji Parsial (Uji-t)	92
4.6.2 Hasil Uji Simultan (Uji-F).....	93
4.6.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	94
BAB V PEMBAHASAN HASIL	96
5.1 Pembahasan	96
5.1.1 Pengaruh <i>Price Discount</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	96
5.1.2 Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	97
5.1.3 Pengaruh <i>Price Discount</i> dan <i>Hedonic Shopping Motivation</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	97
5.2 Implikasi Hasil	98
5.2.1 Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	98
5.2.2 Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	99
5.2.3 Pengaruh <i>Price Discount</i> dan <i>Hedonic Shopping Motivation</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	100
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	101
BAB VI PENUTUP	103
6.1 Kesimpulan	103
6.2 Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	106
LAMPIRAN.....	112

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
Tabel 2.1	Hasil Telaah Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3.1	Operasional Variabel Penelitian	58
Tabel 3.2	Tabel Koefisien Determinasi	69
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	74
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Dalam 3 Bulan.....	75
Tabel 4.6	Jawaban Responden Pada Variabel Price Discount.....	77
Tabel 4.7	Jawaban Responden Pada Variabel Hedonic Shopping Motivation.....	79
Tabel 4.8	Jawaban Responden Pada Variabel Impulse Buying.....	82
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas.....	84
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	86
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	88
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolienaritas.....	89
Tabel 4.13	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	91
Tabel 4.14	Hasil Uji-t (Parsial)	92
Tabel 4.15	Hasil Uji Simultan (Uji-f)	93
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi	94

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
Gambar 1.1	Nilai dan Pertumbuhan Pengeluaran Tahunan Produk Kecantikan di Indonesia.....	1
Gambar 2.1	Unsur-Unsur Bauran Pemasaran 7P	22
Gambar 2.2	Model Perilaku Konsumen.....	27
Gambar 2.3	Model Penelitian	52
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas Histogram.....	87
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas P-plot.....	88
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	90

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Hal
	Lampiran 2.1 Hasil Tabulasi Data Variabel Price Discount (X1)	120
	Lampiran 2.2 Hasil Tabulasi Data Variabel Hedonic Shopping Motivation (X2).....	123
	Lampiran 2.3 Hasil Tabulasi Data Variabel Impulse Buying (Y)	127
	Lampiran 3.1 Hasil Output Tabel Frekuensi Profil Responden	132
	Lampiran 3.2 Hasil Deskriptif Statistik Variabel Price Discount (X1)	133
	Lampiran 3.3 Hasil Deskriptif Statistik Variabel Hedonic Shopping Motivation (X2).....	135
	Lampiran 3.4 Hasil Deskriptif Statistik Variabel Impulse Buying (Y)	137
	Lampiran 3.5 Hasil Uji Validitas Price Discount (X1)	139
	Lampiran 3.6 Hasil Uji Validitas Hedonic Shopping Motivation (X2)	140
	Lampiran 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Price Discount (X1)	142
	Lampiran 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Hedonic Shopping Motivation (X2).....	142
	Lampiran 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Impulse Buying (Y)	143
	Lampiran 3.10 Uji Asumsi Klasik	143
	Lampiran 3.11 Uji Regresi Linier Berganda.....	145
	Lampiran 3.12 Hasil Uji Hipotesis	145
	Lampiran 4.1 Sertifikat Plagiasi.....	147