

**PENGARUH GAYA HIDUP, MOTIVASI BELANJA HEDONIS DAN
DISKON TERHADAP *ONLINE IMPULSE BUYING* PADA
MARKETPLACE TOKOPEDIA DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan guna memenuhi persyaratan
untuk memperoleh derajat Sarjana
Program Studi Manajemen**



Diajukan oleh:

Esti Puspitasari

No. Mhs. 111801177

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2022

**PENGARUH GAYA HIDUP, MOTIVASI BELANJA HEDONIS DAN
DISKON TERHADAP *ONLINE IMPULSE BUYING* PADA
MARKETPLACE TOKOPEDIA DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan guna memenuhi persyaratan
untuk memperoleh derajat Sarjana
Program Studi Manajemen**



Diajukan oleh:

Esti Puspitasari

No. Mhs. 111801177

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH GAYA HIDUP, MOTIVASI BELANJA HEDONIS DAN DISKON
TERHADAP *ONLINE IMPULSE BUYING* PADA *MARKETPLACE*
TOKOPEDIA DI YOGYAKARTA**

Diajukan oleh:

Esti Puspitasari

No. Mhs. 111801177

Yogyakarta, *20 Juli*.....2022

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Nur Rokhman, S.E.,M.Si

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH GAYA HIDUP, MOTIVASI BELANJA HEDONIS DAN DISKON
TERHADAP *ONLINE IMPULSE BUYING* PADA *MARKETPLACE*
TOKOPEDIA DI YOGYAKARTA**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji Jurusan
Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal : *15 Agustus 2022*

Yang terdiri atas:

Ketua

Anggota



Dra. Sri Ekanti Sabardini, M.Si



Nur Rokhman, S.E., M.Si

PERSEMBAHAN

Allah SWT atas semua ridho dan izinNya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik

Kedua orang tua saya, bapak Ahmad Tohirin dan ibu Rubinah yang tidak pernah lelah untuk mendukung, membantu, serta mendo'akan.

Alm. Mbah Bibi yang selalu menasehati dan selalu menjadi suport system bagi saya sehingga bisa sampai di titik ini.

Adik-adik saya tercinta. Dinda Azizah dan Khansa Shakila Farzana yang selalu memberi semangat dan do'a untuk saya bisa menyelesaikan skripsi ini.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan dengan skripsi yang judul: **“PENGARUH GAYA HIDUP, MOTIVASI BELANJA HEDONIS DAN DISKON TERHADAP ONLINE IMPULSE BUYING PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA DI YOGYAKARTA”** yang akan diuji pada tanggal **8/8..... 2022**, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang mengungkapkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Jika saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Jika kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 15 Agustus 2022

Yang memberi pernyataan



Esti Puspita

Saksi 1, Sebagai pembimbing skripsi dan merangkap anggota tim penguji skripsi:

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Nur Rokhman'.

Nur Rokhman, S.E.,M.Si

Saksi 2, Sebagai ketua tim penguji skripsi:

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Dra. Sri Ekanti Sabardini'.

Dra. Sri Ekanti Sabardini, M.Si

MOTTO

“Tak perlu menjadi hebat untuk memulai, tetapi perlu memulai untuk menjadi hebat.”

“Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhanmu lah engkau berharap.”

(Qs. Al-Insyirah, 6-8)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmad dan hidayah-Nya, sehingga Skripsi yang berjudul **“PENGARUH GAYA HIDUP, MOTIVASI BELANJA HEDONIS DAN DISKON TERHADAP *ONLINE IMPULSE BUYING* PADA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA DI YOGYAKARTA”** dapat terselesaikan.

Dalam hal ini, peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan, dan bantuan dari semua pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Nur Rokhman, S.E.,M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu sabar memberikan arahan, bimbingan dan masukan selama penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Suparmono, M.Si selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta.
3. Seluruh dosen dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta.
4. Bapak Ahmad Tohirin dan ibu Rubinah selaku orang tua saya yang telah memberikan dukungan dan semangat, serta Do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya dalam menyelesaikan skripsi dan kuliah saya.
5. Adik-adik tersayang Dinda Azizah, Khansa Shakila Farzana dan Yeni Wijayanti yang selalu memberikan dukungan dan Do'a agar saya bisa menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh teman dan sahabat yaitu Alfian, Rafseli, Mitha, Shinta, Khafifah, Munir dan seluruh mahasiswa YKPN Yogyakarta khususnya angkatan 2018 yang selalu memberikan dukungan dan motivasi bagi peneliti.
7. Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, yang dengan tulus ikhlas memberikan do'a dan dukungan hingga selesainya penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, Peneliti ucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang terlibat, dengan harapan Skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak dan khususnya bagi peneliti.

Yogyakarta,..... 2022

Peneliti

Esti Puspitasari

11-1801177

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, motivasi belanja hedonis dan diskon terhadap *online impulse buying* pada *marketplace* Tokopedia di Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, sampel pada penelitian ini yaitu konsumen yang berdomisili di Yogyakarta dan pernah melakukan pembelian di Tokopedia dengan responden yang berusia 18 tahun ke atas. Dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, sampel dalam penelitian ini berjumlah 98 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap *online impulse buying*, (2) Motivasi belanja hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap *online impulse buying*, (3) Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap *online impulse buying*.

Kata kunci: Gaya hidup, Motivasi belanja hedonis, Diskon dan *Online impulse buying*.

ABSTRACT

This study was conducted with the aim of analyzing the effect of lifestyle, hedonic shopping motivation and discount on online impulse buying for marketplace Tokopedia in Yogyakarta. This research is quantitative. The sample in this study are consumers who live in Yogyakarta and make purchases at Tokopedia with respondents who have been aged 18 years and over. With the purposive sampling technique, the sample in this study amounted to 98 respondents. The analytical method used in this study is multiple linear regression. The result of this study indicates that (1) Lifestyle has a positive and significant effect on online impulse buying (2) Hedonic shopping motivation has a positive and significant effect on online impulse buying (3) Discount has a positive and significant effect on online impulse buying.

Keyword: Lifestyle, Hedonic shopping motivation, Discount and Online impulse buying.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Batasan Penelitian	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
F. Kerangka Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI DAN RUMUSAN HIPOTESIS	8
A. <i>Online Impulse Buying</i>	8
1. Pengertian <i>Online impulse buying</i>	8
2. Indikator <i>Online impulse buying</i>	8
B. Gaya hidup	9
1. Pengertian Gaya Hidup	9
2. Indikator Gaya Hidup.....	9
C. Motivasi belanja hedonis	10
1. Pengertian Motivasi Belanja Hedonis.....	10
2. Kategori Motivasi Belanja Hedonis.....	10
D. Diskon	11
1. Pengertian Diskon.....	11
2. Bentuk diskon	12
3. Indikator diskon	14

E. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian dan Perumusan Hipotesa	14
1. Hubungan gaya hidup dengan <i>online impulse buying</i>	14
2. Hubungan motivasi belanja hedonis dengan <i>online impulse buying</i>	15
3. Hubungan diskon dengan <i>online impulse buying</i>	15
F. Penelitian Terdahulu	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18
A. Definisi Konsep	18
1. <i>Online impulse buying</i> (Y)	18
2. Gaya hidup (X1)	18
3. Motivasi belanja hedonis (X2)	18
4. Diskon (X3)	19
B. Definisi Operasional	19
1. Variabel Terikat	19
2. Variabel Bebas	19
C. Jenis Penelitian	20
D. Jenis dan Sumber Data	21
1. Data Primer	21
2. Data Sekunder	21
E. Populasi dan Sampel	22
1. Populasi	22
2. Sampel	22
F. Obyek dan Subyek Penelitian	23
1. Obyek penelitian	23
2. Subyek dalam penelitian	23
G. Metode Pengumpulan Data	24
H. Metode Analisis Data	24
1. Uji Instrumen	24
2. Uji Asumsi Dasar (Uji Normalitas)	26
3. Uji Asumsi Klasik	26
4. Uji f (<i>Goodness of Fit</i>)	27
5. Analisis Regresi Linear Berganda	27

6. Uji Hipotesis (Uji t)	28
7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	29
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA ...	30
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	30
1. Sejarah perusahaan Tokopedia	30
2. Logo dan Maskot Perusahaan.....	32
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	32
4. Tagline Tokopedia	33
B. Analisis Data	33
1. Karakteristik responden	34
C. Uji Instrumen Penelitian	36
1. Uji Validitas.....	36
2. Uji Reliabilitas	38
D. Uji Asumsi Dasar (Uji Normalitas).....	39
E. Uji Asumsi Klasik	40
1. Uji Multikolinearitas	40
2. Uji Heterokedastisitas	41
F. Uji f (<i>Goodness of fit</i>)	42
G. Analisis Linier Berganda	43
H. Uji Hipotesis (Uji t)	45
I. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
J. Pembahasan	47
BAB V KESIMPULAN.....	51
A. Kesimpulan	51
B. Saran	51
LAMPIRAN	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah pengunjung <i>marketplace</i> pada Q1 tahun 2022	2
Gambar 1. 2 Kerangka Penelitian	7
Gambar 4. 1 Menu utama Tokopedia	31
Gambar 4. 2 Logo dan Maskot Perusahaan.....	32

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	34
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	34
Tabel 4. 3 Frekuensi Belanja Responden Dalam Satu Bulan.....	35
Tabel 4. 4 Uang Saku Responden.....	35
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas.....	40
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	41
Tabel 4. 9 Hasil Uji heterokedastisitas.....	42
Tabel 4. 10 Hasil Uji f.....	43
Tabel 4. 11 Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	43
Tabel 4. 12 Hasil Uji t.....	45
Tabel 4. 13 Hasil Uji R ²	47