

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

SKRIPSI

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



Diajukan oleh

Nabillah Ajeng Susanti

112001621

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

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

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

Diajukan oleh

Nabillah Ajeng Susanti

112001621

Yogyakarta, ^{5 Agustus}.....2024

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 SHOPEE*

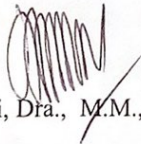
Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji Program
Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal: 5, Agustus 2024

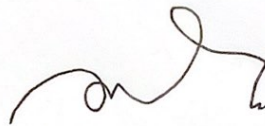
Yang terdiri atas

Ketua

Anggota



(Siti Resmi, Dra., M.M., Ak., CA)



(Nur Rokhman, S.E., M.Si)

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“PENGARUH GAYA HIDUP, MOTIVASI BELANJA HEDONIS DAN DISKON TERHADAP *ONLINE IMPULSE BUYING* PADA *MARKETPLACE SHOPEE*”** yang akan diujikan pada tanggal 2024, 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 peneliti 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.

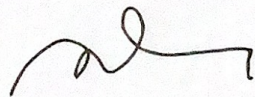
Jika saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Jika kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran sendiri,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



Yogyakarta, 5 Agustus 2024
Yang memberi pernyataan

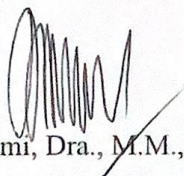

Nabillah Ajeng Susanti

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



(Nur Rokhman, S.E., M.Si)

Saksi 2, Sebagai ketua tim penguji skripsi:



(Siti Resmi, Dra., M.M., Ak., CA)

PERSEMBAHAN

Allah SWT atas semua ridho dan izin-Nya sehingga Peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik

Kedua Orang Tua Peneliti, bapak Gayon Suseno dan ibu Heni Purwanti, yang tidak pernah lelah untuk mendukung, membantu, memberikan dukungan materi serta mendoakan yang terbaik.

Kakak Peneliti, Rizky Aji Pratama, S.Pd. yang selalu menasehati dan selalu menjadi *support system* bagi Peneliti sehingga bisa sampai di titik ini.

Adik Peneliti, Fadhil Aditya G.N Alm. dan seluruh keluarga serta pihak-pihak yang selalu memotivasi saya untuk sampai pada titik ini.

MOTTO

“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)

“Tidak ada istilah gagal dalam hidup, yang ada hanya sukses dan belum tercapai.
Lalu perbaiki sholatmu maka Allah akan memperbaiki hidupmu”

“Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan, kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini”.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya 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 SHOPEE*”** dapat terselesaikan.

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

1. Bapak Dr.Suparmono, M.Si. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta.
2. Bapak Nur Rokhman, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu sabar memberikan arahan, bimbingan masukan dan saran selama penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh dosen dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta.
4. Kedua orang tua saya yaitu, bapak Gayon Suseno dan ibu Heni Purwanti, S.Pd.SD yang telah memberikan dukungan material dan support, serta Doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya dalam menyelesaikan skripsi dan kuliah saya.
5. Rizky Aji Pratama, S.Pd., Gr. selaku kakak saya yang selalu memberikan dukungan, semangat dan Doa agar saya bisa

menyelesaikan skripsi ini.

6. Adik saya, Fadhil Aditya G.N Alm. Dan seluruh keluarga yang memotivasi saya untuk sampai pada titik ini.
7. Sahabat yaitu Kavita Risa H, Merinda Alysia F, Sekar Ayu Kristiana dan seluruh mahasiswa YKPN Yogyakarta khususnya angkatan 2020 yang selalu memberikan dukungan dan motivasi bagi saya.
8. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang dengan tulus ikhlas memberikan Doa dan dukungan hingga selesainya penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, saya ucapkan terima kasih yang setulus – tulusnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, dengan harapan Skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 2024

Peneliti

Nabillah Ajeng Susanti
112001621

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, motivasi belanja hedonis, dan diskon terhadap *Online impulse buying* di *marketplace* Shopee. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan sampel adalah masyarakat Indonesia yang pernah melakukan pembelian di Shopee minimal satu kali. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dan data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan menggunakan *Google Form*. Total sampel dalam penelitian ini adalah 171 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda menggunakan versi 4.0 for SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Gaya hidup berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pembelian impulsif secara *online*, (2) Motivasi belanja hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Online impulse buying*, dan (3) Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Online impulse buying*.

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

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of lifestyle, hedonic shopping motivation, and discounts on online impulse buying on the Shopee marketplace. This research is quantitative with a sample of Indonesian people who have made at least one purchase on Shopee. The sampling technique used was purposive sampling, and data was collected through questionnaires distributed using Google Forms. The total sample in this study was 171 respondents. The analysis method used was multiple linear regression analysis using SPSS 25 version 4.0. The results showed that (1) Lifestyle has a positive but insignificant effect on online impulse buying, (2) Hedonic shopping motivation has a positive and significant effect on online impulse buying, and (3) Discounts have a positive and significant effect on online impulse buying.

Keywords: Lifestyle, Hedonic shopping motivation, Discounts, Online impulse buying.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN RUMUSAN HIPOTESIS	9
A. Landasan Teori	9
1. <i>Online impulse buying</i>	9
2. <i>Gaya hidup</i>	12
3. Motivasi belanja hedonis.....	13
B. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian dan Perumusan Hipotesa	19
C. Kerangka Penelitian.....	21
D. Penelitian Terdahulu.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
A. Definisi Konsep.....	25
B. Definisi Operasional	26
C. Jenis Penelitian	28
D. Jenis dan Sumber Data.....	28
E. Populasi dan Sampel.....	29
F. Obyek dan Subyek Penelitian.....	30

G. Metode Pengumpulan Data.....	31
H. Metode Analisis Data	32
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN & ANALISIS DATA.....	38
A. Gambaran Umum Perusahaan	38
B. Analisis Data.....	45
C. Uji Instrumen Penelitian.....	50
D. Uji Asumsi Dasar (Uji Normalitas).....	53
E. Uji Asumsi Klasik.....	54
F. Uji f (Goodness of fit).....	57
G. Analisis Linier Berganda	58
H. Uji Hipotesis (Uji t)	60
I. Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R square / R2</i>)	62
J. Pembahasan	63
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	22
Tabel 4. 1	Karakteristik Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4. 2	Karakteristik Usia Responden.....	46
Tabel 4. 3	Penghasilan Perbulan Responden	47
Tabel 4. 4	Frekuensi Belanja Responden.....	48
Tabel 4. 5	Asal Daerah Responden.....	49
Tabel 4. 6	Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4. 7	Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4. 8	Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4. 9	Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4. 10	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	56
Tabel 4. 11	Hasil Uji F.....	57
Tabel 4. 12	Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	58
Tabel 4. 13	Hasil Uji t.....	60
Tabel 4. 14	Hasil Uji R2	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Jumlah Kunjungan <i>e-commerce</i> diIndonesia 2023	3
Gambar 2. 1. Kerangka Penelitian	21
Gambar 4. 1. Fitur Shopee	39
Gambar 4. 2. Promo Shopee 6.6	39
Gambar 4. 3. Logo Shopee.....	41
Gambar 4. 4. Struktur organisasi	43