

**PENGARUH MOTIVASI PEMBELIAN HEDONIS DAN *SHOPPING*
LIFESTYLE TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA TIKTOK SHOP
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Sarjana S1 Program Studi
Manajemen



Diajukan Oleh :

Kartika Rosiana

192304020

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH MOTIVASI PEMBELIAN HEDONIS DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA TIKTOK SHOP
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA)**

Diajukan Oleh :

Kartika Rosiana

192304020

Telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji dan Dinyatakan Sah
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen (S-1) di Fakultas Ekonomi Sosial dan Universitas
Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

Hari / Tanggal : Senin / 14 Agustus 2023

Mengesahkan;

Ketua Penguji



Murwani Eko Astuti, S.E., MBA.

NIDN 0506098101

Anggota Penguji 1



Krisna Mutiara Wati, S.E., M.Sc.

NIDN 0519029002

Pembimbing



Edhy Tri Cahyono, S.Si., M.M.

NIDN 0502026802

Anggota Penguji 2



Edhy Tri Cahyono, S.Si., M.M.

NIDN 0502026802

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Murwani Eko Astuti, S.E., MBA.

NPP 2018.13.0130

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, adalah Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta,

Nama : Kartika Rosiana

NPM : 192304020

Program Studi : Manajemen (S-1)

Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi Pembelian Hedonis dan *Shopping Lifestyle* terhadap Pembelian Impulsif pada TikTok Shop (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta)

Menyatakan bahwa hasil penelitian dengan judul tersebut di atas adalah asli karya saya sendiri dan bukan hasil plagiarisme. Semua referensi dan sumber terkait yang dikutip dalam karya ilmiah ini telah ditulis sesuai kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Dengan ini, saya menyatakan untuk menyerahkan hak cipta penelitian kepada Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta guna kepentingan ilmiah.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak mana pun. Apabila terdapat kekeliruan atau ditemukan adanya pelanggaran akademik di kemudian hari, maka saya bersedia menerima konsekuensi yang berlaku sesuai ketentuan akademik.

Yogyakarta, 14 Agustus 2023



Kartika Rosiana

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang maha mendengar lagi maha melihat dan atas segala limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Motivasi Pembelian Hedonis dan *Shopping Lifestyle* terhadap Pembelian Impulsif pada TikTok Shop (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta)” dengan baik sebagai syarat untuk menyelesaikan studi pada tingkat S1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

Dalam penulisan proposal penelitian ini, tentunya banyak pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil, oleh karena itu saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih khususnya kepada :

1. Ibu Prof. Dr. rer.nat.apt. Triana Hertiani, S.Si., M.Si., Selaku Rektor Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta
2. Bapak Edhy Tri Cahyono, S.Si., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial sekaligus pembimbing penyusunan skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta
3. Ibu Murwani Eko Astuti, S.E., MBA. Selaku Ketua Program Studi Manajemen sekaligus dosen pembimbing akademik prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta
4. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Sosial yang telah memberikan ilmu serta pengalamannya selama perkuliahan dan seluruh staff yang selalu membantu dalam menjalankan urusan administrasi dan lain-lain di Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta
5. Ibu yang selalu mendukung serta mendoakan yang terbaik

6. Orang tua dan keluarga yang tidak henti memberikan doa serta dukungan moril maupun materil
7. Teman-teman dan sahabat khususnya Yudan, Mytha, Salsa, Frida, Astika, Ellen, Uyip, dan Aldi yang selalu mendukung memberikan semangat
8. Seluruh teman mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta
9. Seluruh responden mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam pengumpulan data penelitian
10. Serta seluruh pihak yang berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga kebbaikannya mendapatkan keberkahan dari Allah SWT. Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan dan referensi yang berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran dan perilaku konsumen.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik yang konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan skripsi ini. Mohon maaf atas segala kekurangan dalam skripsi ini, semoga dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan bagi seluruh pihak yang membaca dan membutuhkan.

Yogyakarta, 10 Agustus 2023.

Penulis



Kartika Rosiana
NPM 192304020

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI..... | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR TABEL..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | x |
| INTISARI..... | xi |
| <i>ABSTRACT</i> | xii |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 10 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 11 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 11 |
| 1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian..... | 12 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 17 |
| 2.1. Landasan Teori | 17 |

| | | |
|--|-------------------------------------|----|
| 2.2. | Penelitian Terdahulu..... | 26 |
| 2.3. | Kerangka Berpikir | 35 |
| 2.4. | Pengembangan Hipotesis..... | 36 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 40 |
| 3.1. | Desain Penelitian..... | 40 |
| 3.2. | Tempat dan Waktu Penelitian | 40 |
| 3.3. | Definisi Operasional Variabel | 42 |
| 3.4. | Populasi Dan Sampel..... | 44 |
| 3.5. | Teknik Pengumpulan Data | 47 |
| 3.6. | Teknik Analisis Data | 50 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 56 |
| 4.1. | Deskripsi Data | 56 |
| 4.2. | Pengujian Hipotesis | 71 |
| 4.3. | Pembahasan | 74 |
| BAB V KESIMPULAN | | 81 |
| 5.1. | Simpulan..... | 81 |
| 5.2. | Saran..... | 82 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 84 |
| LAMPIRAN..... | | 91 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 28 |
| Tabel 3.1 Waktu Penelitian | 41 |
| Tabel 3.2 Operasional Tabel Penelitian Tabel | 42 |
| Tabel 3.3 Rincian Jumlah Populasi Tabel | 46 |
| Tabel 3.4 Skala Likert Tabel | 50 |
| Tabel 4.1 Rincian Jumlah Populasi..... | 56 |
| Tabel 4.2 Distribusi Responden berdasarkan Usia | 58 |
| Tabel 4.3 Distribusi Responden berdasarkan Program Studi..... | 58 |
| Tabel 4.4 Distribusi Responden berdasarkan Tahun Angkatan | 59 |
| Tabel 4.5 Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin | 60 |
| Tabel 4.6 Kategorisasi..... | 61 |
| Tabel 4.7 Deskripsi Statistik | 61 |
| Tabel 4.8 Distribusi Responden Variabel Motivasi Pembelian Hedonis | 62 |
| Tabel 4.9 Distribusi Responden Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> | 63 |
| Tabel 4.10 Distribusi Responden Variabel Pembelian Impulsif | 64 |
| Tabel 4.11 Uji Validitas | 65 |
| Tabel 4.12 Uji Reliabilitas | 66 |
| Tabel 4.13 Uji Normalitas | 67 |
| Tabel 4.14 Uji Multikoleniaritas | 68 |
| Tabel 4.15 Uji Heteroskedastisitas..... | 69 |
| Tabel 4.16 Uji Regresi Linear Variabel Motivasi Pembelian Hedonis (X1) | 70 |

| | |
|---|----|
| Tabel 4.17 Uji Regresi Linear Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> (X2)..... | 70 |
| Tabel 4.18 Koefisien Determinasi Variabel Motivasi Pembelian Hedonis (X1).. | 72 |
| Tabel 4.19 Koefisien Determinasi Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> (X2)..... | 72 |
| Tabel 4.20 Uji Parsial Variabel Motivasi Pembelian Hedonis (X1)..... | 73 |
| Tabel 4.21 Uji Parsial Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> (X2)..... | 73 |

PEPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Pengguna Internet dan Media Sosial Global | 2 |
| Gambar 1.2 Persentase Negara Pengguna <i>E-Commerce</i> Tertinggi Dunia..... | 3 |
| Gambar 1.3 Pengguna Aktif TikTok Global per Kuartal II Tahun 2018-2022 | 5 |
| Gambar 1.4 Persentase Pra Survei Mahasiswa FES..... | 9 |
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir | 35 |

PEPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 Jadwal Penelitian | 92 |
| Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian | 94 |
| Lampiran 3 Data Penelitian Variabel Motivasi Pembelian Hedonis | 101 |
| Lampiran 4 Data Penelitian Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> | 105 |
| Lampiran 5 Data Penelitian Variabel Pembelian Impulsif | 109 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Data Penelitian | 113 |
| Lampiran 7 R_{tabel} | 129 |
| Lampiran 8 T_{tabel} | 134 |
| Lampiran 9 Surat Keterangan Bebas Keuangan | 140 |
| Lampiran 10 Kartu Bimbingan Skripsi | 142 |
| Lampiran 11 Cek Plagiarisme | 144 |