

**PENGARUH *SELF CONTROL* , *HEDONIC MOTIVATION* DAN
LIFESTYLE TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA
PENGUNA *E-COMMERCE SHOPEE***



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Elsera Faradiba

Nim : 19414980

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Self Control*, *Hedonic Motivation*, dan *Lifestyle* terhadap *Impulsive Buying* pada Pengguna *E-commerce* Shopee
Nama : Elsera Faradiba
NIM : 19414980
Tempat, tanggal lahir : Ponorogo, 31 Agustus 2000
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk menyusun skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 28 Juli 2023

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIDN. 0008057601


Dwi Warni Wahyuningsih, SE., MM.
NIDN.0710048902


Mengetahui :

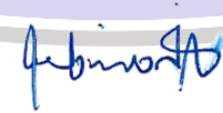
Dekan Fakultas Ekonomi




Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIDN. 0008057601

Dosen Penguji


(Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si)
NIDN. 0008057601


(Siti Chamidah, SE., M.Si)
NIDN. 0019057101


(Dra. Umi Farida, MM)
NIDN. 0710016101

Pengaruh *Self Control*, *Hedonic Motivation* dan *Lifestyle* terhadap *Impulsive Buying* pada Pengguna *E-commerce* Shopee.

Elsera Faradiba

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya Pengaruh *Self Control*, *Hedonic Motivation* dan *Lifestyle* terhadap *Impulsive Buying* pada Pengguna *E-commerce* Shopee yang dilakukan Pada Mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Ponorogo . Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Data dari penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online kepada responden dan dianalisis menggunakan aplikasi *software SPSS 26*. Populasi pada penelitian ini yaitu Mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang menggunakan aplikasi Shopee. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan *snowball* sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Terdapat pengaruh antara *Self control* terhadap *Impulsive Buying* pada Mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Ponorogo sebagai pengguna Shopee. (2) Terdapat pengaruh antara *Hedonic motivation* terhadap *Impulsive Buying* pada Mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Ponorogo sebagai pengguna Shopee. (3) Terdapat pengaruh antara *Lifestyle* terhadap *Impulsive Buying* pada Mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Ponorogo sebagai pengguna Shopee.

Kata Kunci : *Impulsive buying*, *Self control*, *Hedonic motivation*, *Lifestyle*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini dengan judul Pengaruh *Self Control, Hedonic Motivation* dan *Lifestyle* terhadap *Impulsive Buying* pada Pengguna *E-commerce* Shopee.

Penyusunan skripsi ini merupakan sebuah syarat yang harus di penuhi guna memperoleh Gelar Sarjana Progam Stata Satu (S-1) pada Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti masih sangat jauh dari kata sempurna yang disebabkan keterbatasan pengetahuan serta kemampuan yang dimiliki, oleh karena itu masukan dan kritik akan menjadi sebuah perbaikan bagi penelitian dimasa yang akan datang.

Skripsi ini tidak akan berhasil tanpa ada dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada penulisan skripsi ini penulis mengucapkan banyak terimakasih

Kepada :

1. Allah SWT. Yang telah melimpahkan kasih dan sayang-Nya dan memberikan kemudahan serta kelancaran dalam segala urusan.
2. Dr. Happy Susanto, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo serta sebagai Dosen pembimbing I yang telah membantu memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi.
4. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

5. Ibu Dwi Warni Wahyuningsih, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi.
6. Terimakasih untuk kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan serta doa.
7. Seluruh Teman dan Sahabat saya yang senantiasa saling memberikan bantuan, dukungan, dan doa agar skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Pihak-pihak lain yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu.



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



MOTTO

“Tidak ada hal yang sia-sia dalam belajar, karena ilmu akan bermanfaat pada waktunya”

“Jika tidak bisa mengalahkan rasa takut maka lakukan saja walaupun dengan takut”



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya, Bapak Purwito dan juga Ibu saya Yayuk Kristiyani serta seluruh keluarga yang telah mendukung saya dalam mengerjakan hingga menyelesaikan skripsi ini dalam bentuk pikiran, tenaga dan biaya. Terimakasih karena tanpa kalian saya tidak mungkin bisa sampai pada titik ini.
2. Teman-teman seperjuangan dan yang telah memberikan semangat dan bantuan Angelica Beatris, Rizka Dwi, Puji Nisa, Anita Xtisani, Nisa'u Lailatizzahro, Devi Milla.
3. Pecinta kopi yang tinggal diketinggian +734 mdpl, pemilik pemikiran yang jarang dimiliki oleh manusia lain. Terimakasih telah membersamai penulis hingga terselesaikannya penelitian ini. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan saya hingga sekarang, dan karena sudah terlanjur tertulis pada halaman ini saya harap akan jadi seterusnya.
4. Teman-teman Manajemen B angkatan 2019.
5. Terakhir, untuk diri saya sendiri. Terimakasih karena sudah berusaha keras melawan rasa malas. Terimakasih karena tidak menyerah sesulit apapun prosesnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	i
RINGKASAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. RUMUSAN MASALAH	10
C. TUJUAN	10
D. MANFAAT PENELITIAN	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori	12
1. Manajemen Pemasaran	12
2. Bauran Pemasaran	14
3. <i>E-commerce</i>	16
4. Perilaku Konsumen	18
5. <i>Impulsive Buying</i>	20
6. <i>Self Control</i>	22
7. <i>Hedonic Motivation</i>	23
8. <i>Lifestyle</i>	25
B. PENELITIAN TERDAHULU	28
C. KERANGKA PIKIR	31
D. HIPOTESIS	31
BAB III	37

METODE PENELITIAN	37
A. Ruang Lingkup Penelitian	37
B. POPULASI DAN SAMPEL	37
C. Jenis Data Penelitian	39
1) Data Primer	39
2) Data Sekunder	40
D. Definisi Operasional Variabel	40
1) Variabel Independen (bebas)	41
2) Variabel Dependen (terikat)	44
E. METODE ANALISIS DATA	45
F. ALAT ANALISIS DATA	48
BAB IV	52
HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Hasil Penelitian	52
B. PEMBAHASAN	76
BAB V	80
KESIMPULAN DAN SARAN	80
A. KESIMPULAN	80
B. SARAN	80
DAFTAR PUSTAKA	82



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 2 Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4 Responden Berdasarkan Prodi	58
Tabel 5 Responden Berdasarkan Semester	59
Tabel 6 Responden Berdasarkan Pendapatan/uang saku	60
Tabel 7 Responden Berdasarkan aplikasi selain shopee	61
Tabel 8 Responden Berdasarkan frekuensi belanja/bulan	61
Tabel 9 Responden Berdasarkan kategori yang sering dibeli	62
Tabel 10 Tanggapan responden mengenai <i>SelfControl</i>	63
Tabel 11 Tanggapan responden mengenai Hedonic Motivation	64
Tabel 12 Tanggapan responden mengenai <i>Lifestyle</i>	66
Tabel 13 Tanggapan responden mengenai <i>Impulsive Buying</i>	67
Tabel 14 Hasil Uji Validitas	68
Tabel 15 Uji Hasil Reliabilitas	70
Tabel 16 Hasil Uji Regresi Berganda	71
Tabel 17 Hasil analisis koefisien determinasi	73
Tabel 18 Hasil Uji T	74
Tabel 19 Hasil Uji F	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data pengunjung <i>marketplace</i> di Indonesia.....	3
Gambar 2 Kerangka Pikir	34
Gambar 3 Logo Shopee	56
Gambar 4 Daerah Penerimaan Atau Penolakan.....	75
Gambar 5 Daerah Penerimaan Atau Penolakan.....	76
Gambar 6 Daerah Penerimaan Atau Penolakan.....	77

