

**PENGARUH *GENDER*, *HEDONIC SHOPPING VALUE*, DAN  
*SHOPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA  
APLIKASI SHOPEE DIMASA PANDEMI *COVID-19***

**(Survey Pada Mahasiswa Manajemen Pengguna Aplikasi Shopee di  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo)**



**SKRIPSI**  
Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat – syarat guna  
memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Frinka Afika Sari

NIM : 17414364

Program Studi :Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2021**

**PENGARUH *GENDER*, *HEDONIC SHOPPING VALUE*, DAN  
*SHOPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA  
APLIKASI SHOPEE DIMASA PANDEMI *COVID-19*  
(Survey Pada Mahasiswa Manajemen Pengguna Aplikasi Shopee di  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo)**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat – syarat guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Frinka Afika Sari

NIM : 17414364

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Gender*, *Hedonic Shopping Value*, dan *Shopping Lifestyle* terhadap *Impulse Buying* pada Aplikasi Shopee (survey pada mahasiswa manajemen pengguna aplikasi shopee di Universitas Muhammadiyah Ponorogo)

Nama : Frinka Afika Sari

NIM : 17414364

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 19 September 1998

Program Studi : Manajemen


Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-I) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Ponorogo, 19 Juli 2021

Pembimbing I

Pembimbing II

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

  
(Wijiarto, SE, MM)  
NIDN. 0726048505

Mengetahui :

Dean Fakultas Ekonomi

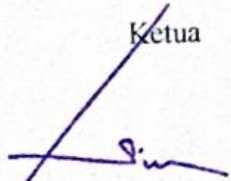



  
(Dr. Hadi Sumarsono, SE, M.Si)  
NIP. 19760508 200501 11


Ketua

Sekretaris

Anggota

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

  
(Premi Wahyu W, S.AB, M.AB)  
NIDN.0711128403

  
(Edi Santoso, SE, MM)  
NIDN.0711037401

## PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

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

Ponorogo, 19 Juli 2021



(Frinka Afika Sari)  
NIM 17414364

## MOTTO

“ tidak ada yang peduli pada masalahmu, jadi pendamlah itu “



## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT yang tak terhitung atas nikmat dan ridho-nya yang senantiasa memberikan kekuatan, kemampuan, serta kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Untuk kedua orang tua Bapak Wahyudi dan Ibu Umi Surifah serta segenap “Wahyudi Squad “ yang telah memberikan motivasi serta dukungan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik
3. Segenap keluarga besar H.Kusnun yang selalu ada untuk saya
4. Seluruh sahabat-sahabat saya Saiya, April, Dian yang selalu memberikan dukungan, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Anda semua.
5. Seluruh anggota “Sedang Berjuang” yang senantiasa memberikan motivasi sehingga saya bias menyelesaikan skripsi ini
6. Terima kasih kepada Evi dan Bella yang senantiasa mendengarkan dan menemani dalam menyelesaikan skripsi ini
7. Terima Kasih kepada Surya, Indra, Jeni, Bangkit, dan Sela yang merupakan teman seperjuangan sehidup semati
8. Kepada Edo Abdul Aziz, Wahyu Ary Kriztiawan dan Riyan Hidayat yang senantiasa memberikan dukungan mental kepada penulis.
9. *Last but not least I wanna thank to me who has become a tough person, I wanna thank to me who has been strong and can finish this thesis well*

**GARUH GENDER, HEDONIC SHOPPING VALUE, DAN SHOPING LIFESTYLE  
TERHADAP IMPULSE BUYING PADA APLIKASI SHOPEE DIMASA PANDEMI  
COVID-19**

**(Survei Pada Mahasiswa Manajemen Pengguna Aplikasi Shopee di Universitas  
Muhammadiyah Ponorogo)**

Frinka Afika Sari

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

**RINGKASAN**

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh *Gender*, *Hedonic Shopping Value*, dan *Shopping Lifestyle* terhadap *Impulse Buying* pada aplikasi Shopee di masa pandemic *Covid-19* (survey pada mahasiswa manajemen di Universitas Muhammadiyah Ponorogo). Hasil pengujian menunjukkan bahwa: (1) *Gender* tidak berpengaruh positif terhadap *Impulse Buying* pada aplikasi Shopee di masa pandemi *Covid-19*. (2) *Hedonic Shopping Value* berpengaruh positif terhadap *Impulse Buying* pada aplikasi Shopee di masa pandemi *Covid-19*. (3) *Shopping Lifestyle* berpengaruh positif terhadap *Impulse Buying* pada aplikasi Shopee di masa pandemi *Covid-19*. (4) *Gender*, *Hedonic Shopping Value*, dan *Shopping Lifestyle* berpengaruh positif terhadap *Impulse Buying* pada aplikasi Shopee di masa pandemi *Covid-19*.

**Kata Kunci : *Gender*, *Hedonic Shopping Value*, dan *Shopping Lifestyle* Terhadap  
*Impulse Buying***

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr,Wb.*

Dengan mengucap syukur *Alhamdulillah* kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Gender, Hedonic Shopping Value, dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying* pada Aplikasi Shopee (survey pada mahasiswa manajemen pengguna aplikasi shopee di Universitas Muhammadiyah Ponorogo).”

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada:

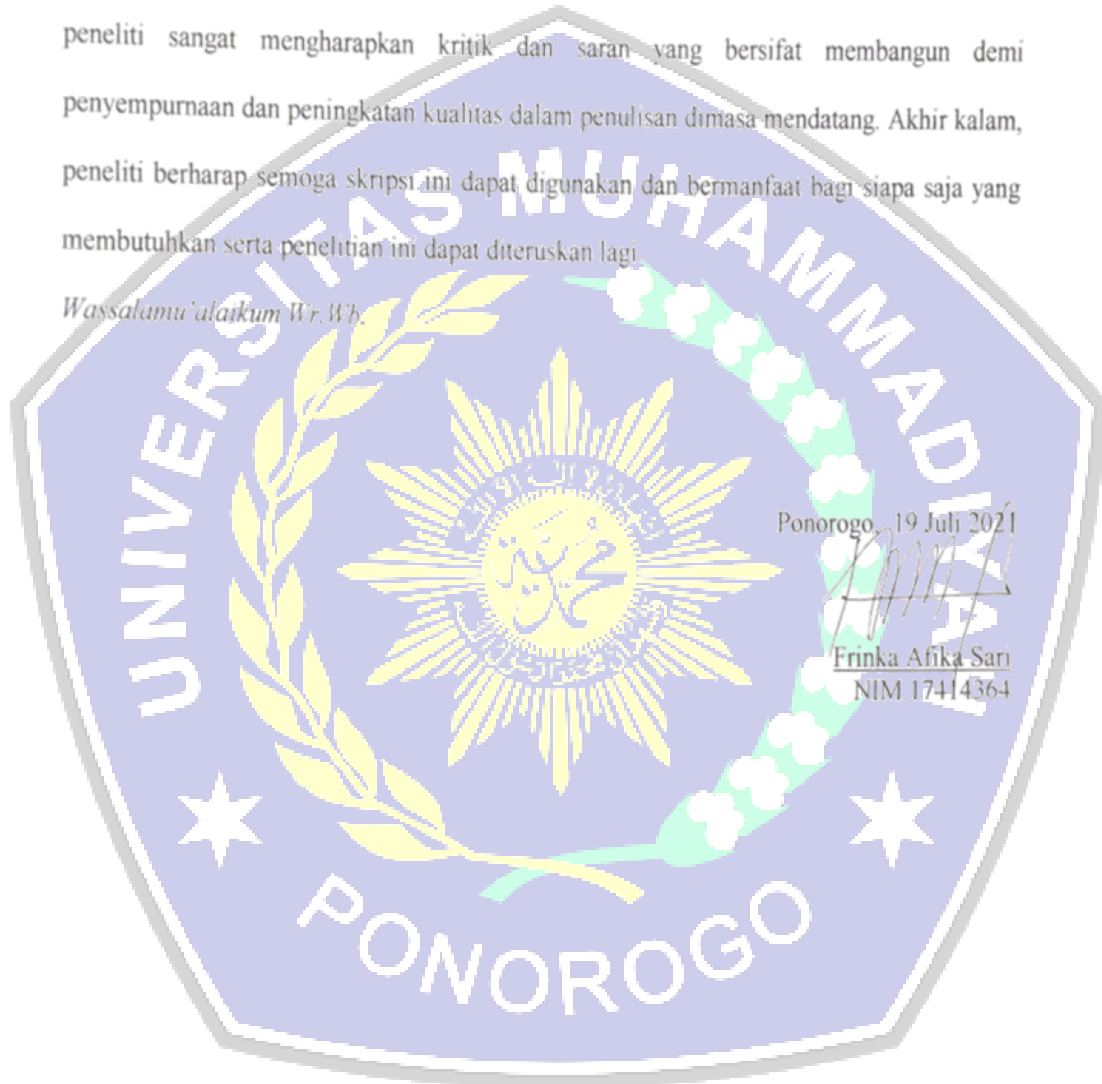
1. Bapak Dr. Hadi Sumarsono. M.Si, selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Naning Kristiyana, SE.,MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Hadi Sumarsono. M.Si, selaku pembimbing I yang senantiasa dengan ikhlas meluangkan waktu disela-sela kesibukannya, membimbing, mengarahkan, membantu, dan memberikan nasehat serta saran yang membangun kepada peneliti dalam menyusun skripsi ini.
4. Bapak Wijianto, SE,MM, selaku pembimbing II yang senantiasa dengan ikhlas meluangkan waktu disela-sela kesibukannya, membimbing, mengarahkan, membantu, dan memberikan nasehat serta saran yang membangun kepada peneliti dalam menyusun skripsi ini.
5. Segenap dosen Program Studi Manajemen, Karyawan Tata Usaha, dan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo untuk ilmu bermanfaat yang telah diajarkan.



6. Seluruh responden atas kesediaannya meluangkan waktu dan kerjasamanya demi kelancaran skripsi ini.

Dalam penulisan ini, peneliti telah berusaha sebaik mungkin, namun peneliti menyadari masih ada kekurangan baik dalam penulisan maupun dalam penyajian materi. Untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan dan peningkatan kualitas dalam penulisan dimasa mendatang. Akhir kalam, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat digunakan dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkan serta penelitian ini dapat diteruskan lagi.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Ponorogo, 19 Juli 2021

*Frinka Afika Sari*  
Frinka Afika Sari  
NIM. 17414364

# DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
RINGKASAN .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian .....	5
1. Tujuan Penelitian.....	5
2. Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II</b>	
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	7
1. Pemasaran.....	7
B. Perilaku konsumen .....	11
1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	11
2. Model Perilaku Konsumen.....	11
3. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen .....	12
4. Pengertian Impulse Buying .....	15

5. Faktor Impulse Buying .....	16
6. Indikator Impulse Buying.....	19
7. Tipe Pembelanjaan Impulse Buying .....	19
C. Pengertian Faktor Gender.....	20
1. Indikator Yang Mempengaruhi Faktor Gender .....	21
D. Hedonic Shopping Value .....	22
E. Shopping Lifestyle .....	24
F. Kerangka Konseptual Penelitian .....	29
G. Hipotesis.....	30
<b>BAB III</b>	
<b>METODE PENELITIAN</b>	
A. Ruang Lingkup Penelitian .....	35
B. Populasi dan Sampel Penelitian .....	35
C. Metode Pengambilan Data .....	36
D. Definisi Operasional Variabel.....	38
E. Metode Analisis Data .....	40
<b>BAB IV</b>	
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	46
1. Gambaran Umum Shopee .....	46
2. Karakteristik Responden.....	48
3.Deskripsi Jawaban Responden.....	49
4.Uji Instrumen .....	55
5.Alat Analisis Data.....	58
6.Koefisien Determinasi .....	61
7.Uji Hipotesis .....	62
B. Pembahasan .....	67
1. Pengaruh Gender terhadap Impulse Buying Pada Aplikasi Shopee .....	68
2. Pengaruh Hedonic Shopping Value terhadap Impulse Buying Pada Aplikasi Shopee .....	69
3. Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> Pada Aplikasi Shopee .....	69

4. Pengaruh <i>Gender, Hedonic shopping value Dan Shopping Lifestyle</i> Terhadap Aplikasi Shopee .....	70
---	----

**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	72
B. Saran .....	73

Daftar Pustaka

Lampiran



## DAFTAR TABEL

Halaman:

Tabel 1 Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 2. Skala Likert.....	38
Tabel 3. Definisi Operasioan Variabel dan Indikator .....	38
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	48
Tabel 4.2 Tanggapan Respoden Terhadap Variabel .....	50
Tabel 4.3 Tanggapan Respoden Terhadap Shopping Lifestyle.....	51
Tabel 4.4 Tanggapan Respoden Terhadap Variabel Impulse Buying.....	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4.6 Hasil Rehabilitas .....	57
Tabel 4.7 Hasil Analisis Linier Berganda.....	58
Tabel 4.8 Koefisien Determinasi.....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji t (parsial).....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji f (simultan) .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Halaman:

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	12
Gambar 4.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan H01 .....	63
Gambar 4.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan H02 .....	64
Gambar 4.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan H03 .....	65
Gambar 4.4 Kurva .....	67



