



## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

#### **PENGARUH HEDONIC SHOPPING VALUE DAN UTILITARIAN VALUE TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN SHOPPING LIFESTYLE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KONSUMEN SHOPEE (Studi pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Ponorogo Jurusan Manajemen)**

Nomor :

Dengan hormat,

Berkaitan dengan penelitian yang saya lakukan dalam rangka menyelesaikan program studi S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo mengenai “PENGARUH *HEDONIC SHOPPING VALUE* DAN *UTILITARIAN VALUE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN *SHOPPING LIFESTYLE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KONSUMEN SHOPEE (Studi pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Ponorogo Jurusan Manajemen)”. Maka saya mohon kesediaan saudara/i untuk dapat mengisi kuesioner penelitian ini.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat dan oleh karena itu dimohon kesediaan untuk mengisi atau menjawab kuesioner ini dengan jujur dan apa adanya. Jawaban yang anda berikan akan terjamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan ilmiah.

Atas kerjasama yang baik dan kesungguhan saudara/i dalam mengisi kuesioner saya ucapkan terimakasih.

#### A. Identitas Responden

Mohon kesediaannya mengisi daftar pertanyaan berikut :

1. Nama : .....\*\*
2. Jenis Kelamin : ( ) Laki-laki ( ) Perempuan
3. Usia : .....
4. Program Studi : .....
5. Angkatan : .....
6. Uang saku/bulan : ( ) < Rp.500.000  
( ) Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000  
( ) > Rp. 1.000.000

7. Dalam 3 bulan terakhir berapa kali berbelanja melalui Shopee:

.....

8. Kategori Produk

- Perlengkapan Rumah Tangga
- Fashion
- Aksesoris Fashion
- Perawatan & Kecantikan
- Elektronik
- Otomotif
- Olahraga & Outdoor
- Kesehatan
- Handphone & Aksesoris
- Makanan & Minuman
- Ibu & Bayi
- Lainnya

9. *E-commerce* yang pernah dikunjungi selain Shopee:

- Shopee
- Tokopedia
- Bukalapak
- Lazada
- Blibli
- Lainnya

**\*\* boleh diisi inisial atau lengkap**



## B. Variabel Penelitian

Anda dapat memberikan tanda (√) pada pertanyaan yang ada sesuai dengan pilihan Anda, berdasarkan keterangan berikut :

**1 : Sangat Tidak Setuju (STS)**

**2 : Tidak Setuju (TS)**

**3 : Netral (N)**

**4 : Setuju (S)**

**5 : Sangat Setuju (SS)**

### 1. *Hedonic Shopping Value* ( $X_1$ )

No.	Pernyataan <i>Hedonic Shopping Value</i> ( $X_1$ )	Pilihan Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Berbelanja adalah suatu pengalaman yang spesial.					
2.	Kenikmatan dalam berbelanja tercipta ketika saya menghabiskan waktu bersamasama dengan keluarga atau teman.					
3.	Berbelanja merupakan salah satu alternatif untuk mengatasi stress.					
4.	Saya berbelanja untuk mengikuti trend model-model baru.					
5.	Terkadang saya suka berbelanja untuk orang lain daripada untuk dirinya sendiri.					
6.	Saya lebih suka mencari tempat pembelanjaan yang menawarkan diskon dan harga yang murah.					

## 2. *Utilitarian Value (X<sub>2</sub>)*

No.	Pernyataan <i>Utilitarian Value (X<sub>2</sub>)</i>	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Aplikasi Shopee sangat bermanfaat bagi saya.					
2.	Aplikasi Shopee dihandphone sangat praktis untuk berbelanja.					
3.	Aplikasi Shopee memiliki nilai guna bagi saya.					
4.	Aplikasi Shopee mempunyai manfaat jangka panjang bagi saya					

## 3. *Shopping Lifestyle (Z)*

No.	Pernyataan <i>Shopping Lifestyle (Z)</i>	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Saya menggunakan waktu luang untuk aktivitas berbelanja					
2.	Saya tertarik untuk berbelanja ketika melihat iklan					
3.	Saya merasa senang ketika berbelanja					

#### 4. *Impulse Buying* (Y)

No.	Pernyataan <i>Impulse Buying</i> (Y)	Pilihan Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Ketika saya membuka aplikasi Shopee, saya cenderung berbelanja tanpa berpikir panjang terlebih dahulu atau spontanitas					
2.	Ketika saya membuka aplikasi Shopee, saya membeli sesuatu menurut bagaimana perasaan saya pada saat itu					
3.	Ketika saya membuka aplikasi Shopee, saya merasa mendapat gairah dan dorongan membeli produk ketika mendapat penawaran menarik model dan harga meskipun tidak ada niat untuk membeli sebelumnya					
4.	Ketika saya membuka aplikasi Shopee, saya cenderung membeli produk meskipun tidak begitu membutuhkannya					

**TERIMA KASIH**

## Lampiran 2. Surat Ijin Penelitian



### UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO FAKULTAS EKONOMI

Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia  
Telp (0352) 481124, Fax. (0352) 461796, e-mail : akademik@umpo.ac.id Website:www.umpo.ac.id  
Akreditasi Institusi B oleh BAN-PT  
(SK Nomor : 77/SK/BAN-PT/AK-PPJ/PT/IV/2020)

Nomor : 731/IV.4/PN/2021  
Hal : Ijin Penelitian

Ponorogo, 25 Mei 2021

Kepada :

Yth. Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo  
Jl. Budi Utomo No.10, Ronowijayan, Kec. Siman, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63471

*Assalaamualaikum wr. wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SLAMET SANTOSO, SE, M.Si  
NIK : 19701016 199904 12  
Jabatan : Wakil Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Menerangkan bahwa mahasiswa :

Nama : TRIYASA MUKTI PUSPITASARI  
NIM : 17414572  
Semester : VIII  
Jurusan : Manajemen  
No. HP : 085900312834  
Lokasi/Objek : Universitas Muhammadiyah Ponorogo  
Lama Penelitian : 3 bulan  
Bidang : Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh hedonic shopping value dan utilitarian value terhadap impulse buying dengan shopping lifestyle sebagai variabel mediasi pada konsumen shoppee (Studi pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Ponorogo Jurusan Manajemen)

Adalah benar-benar mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Dalam hal ini mohon diberi kesempatan untuk mengadakan penelitian pada Instansi/Perusahaan yang Bapak/Ibu Pimpin guna melaksanakan tugas skripsi.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih.

*Wassalaamualaikum wr. wb.*

Wakil Dekan,  
  
SLAMET SANTOSO, SE, M.Si  
NIK: 19701016 199904 12

**Lampiran 3. Tabulasi Data**

No. Res	Hedonic Shopping Value (X1)						X1	Utilitarian Value (X2)				X2	Shopping Lifestyle (Z)			Z	Impulse Buying (Y)				Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		Z.1	Z.2	Z.3		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	4	3	1	4	3	5	20	5	5	4	3	17	3	4	5	12	2	3	4	3	12
2	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	4	16	2	3	4	9	4	3	4	5	16
3	4	3	4	4	4	3	22	4	3	4	5	16	4	5	3	12	3	3	4	4	14
4	4	4	5	3	3	3	22	5	5	5	5	20	3	3	4	10	3	3	3	3	12
5	4	5	5	5	3	5	27	4	4	4	4	16	3	4	5	12	4	4	4	4	16
6	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
7	4	3	4	2	2	5	20	3	4	3	3	13	2	3	4	9	3	3	3	4	13
8	5	3	4	3	4	4	23	4	4	4	3	15	4	3	4	11	4	4	4	4	16
9	4	4	5	2	3	4	22	4	5	4	3	16	4	2	5	11	1	4	2	1	8
10	4	4	5	3	2	4	22	3	3	3	3	12	3	3	4	10	2	3	2	2	9
11	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
12	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	17	5	4	5	14	4	5	4	4	17
13	3	4	3	3	4	5	22	4	4	4	4	16	3	3	4	10	2	2	3	3	10
14	3	4	5	3	3	3	21	5	5	4	4	18	5	4	5	14	5	4	4	4	17
15	5	4	5	3	3	5	25	5	5	4	4	18	2	3	3	7	2	3	2	2	9
16	4	4	5	3	3	3	22	5	5	5	5	20	4	3	5	12	3	3	3	3	12
17	1	2	1	2	3	3	12	1	3	3	3	10	2	3	3	8	3	2	3	2	10
18	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	3	3	4	10	4	5	3	4	16
19	4	3	4	4	4	5	24	5	5	4	4	18	2	3	4	9	4	4	5	4	17
20	3	3	4	3	2	3	18	3	4	3	3	13	2	3	3	8	2	4	2	2	10
21	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
22	4	2	4	5	2	5	22	4	5	4	3	16	2	5	4	11	2	4	4	2	12



23	4	5	4	3	4	5	25	5	5	5	4	19	2	2	4	8	2	3	4	2	11
24	3	4	4	3	1	3	18	4	5	3	4	16	2	2	4	8	2	4	2	2	10
25	5	5	5	4	4	4	27	5	5	5	5	20	3	3	4	10	5	5	4	5	19
26	4	4	4	4	5	5	26	4	5	5	5	19	3	4	4	11	5	5	4	5	19
27	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20
28	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	3	3	3	12
29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20
30	4	4	3	4	3	4	22	4	4	4	4	16	3	3	4	10	4	3	4	3	14
31	4	5	5	4	2	3	23	5	4	4	3	16	4	3	4	11	3	4	5	3	15
32	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
33	4	4	3	3	2	5	21	4	4	3	3	14	2	3	3	8	2	2	3	2	9
34	4	4	3	4	2	4	21	4	4	4	4	16	2	4	4	10	2	4	4	2	12
35	3	3	3	2	2	2	15	5	5	4	3	17	3	2	3	8	1	2	1	1	5
36	3	4	4	3	3	4	21	4	4	4	3	15	3	2	4	9	4	3	3	3	13
37	4	4	3	3	3	4	21	5	5	5	5	20	3	3	4	10	3	4	3	3	13
38	1	3	2	2	4	5	17	5	5	4	3	17	1	4	3	8	3	4	4	2	13
39	5	4	4	4	4	5	26	5	4	5	5	19	4	3	5	12	5	3	5	4	17
40	4	3	5	4	3	4	23	4	4	3	4	15	2	2	4	8	2	3	3	2	10
41	3	4	4	4	3	4	22	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
42	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	4	4	3	14
43	4	4	4	2	2	4	20	4	4	4	4	16	2	3	4	9	3	3	3	3	12
44	4	3	4	3	4	4	22	4	4	4	4	16	5	4	4	13	2	4	3	3	12
45	5	5	5	4	3	4	26	5	5	5	5	20	3	4	5	12	3	3	4	3	13
46	3	3	3	3	3	4	19	4	4	4	3	15	3	3	4	10	2	2	3	2	9
47	4	2	3	3	2	4	18	4	4	4	4	16	3	3	4	10	1	1	2	1	5
48	3	3	3	3	3	4	19	3	4	3	3	13	3	3	3	9	3	3	3	3	12

49	4	3	5	3	3	5	23	3	4	3	3	13	3	4	4	11	3	3	4	3	13
50	4	4	3	3	3	4	21	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	4	4	4	15
51	3	3	3	3	4	5	21	5	4	4	4	17	2	3	4	9	2	3	3	2	10
52	4	5	4	3	2	4	22	4	4	4	4	16	3	3	4	10	2	3	3	2	10
53	4	4	2	4	2	5	21	4	4	4	3	15	2	2	4	8	2	4	2	2	10
54	4	3	5	3	3	3	21	5	5	5	4	19	4	4	5	13	3	3	3	3	12
55	5	5	5	4	2	5	26	4	5	4	3	16	3	3	4	10	2	3	2	4	11
56	3	3	4	3	3	4	20	3	4	3	2	12	2	3	3	8	2	2	2	2	8
57	3	3	4	3	4	5	22	5	5	5	5	20	4	4	4	12	3	4	3	4	14
58	4	2	3	3	3	5	20	4	4	4	3	15	3	3	4	10	3	4	4	4	15
59	3	3	2	4	4	4	20	5	4	4	2	15	1	3	1	5	1	3	4	1	9
60	3	4	3	2	2	5	19	4	4	4	4	16	3	3	3	9	2	3	3	2	10
61	5	5	5	4	4	5	28	5	5	5	5	20	4	4	4	12	3	3	4	4	14
62	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
63	5	4	5	3	1	3	21	5	5	4	2	16	3	3	5	11	3	3	4	2	12
64	4	4	4	3	3	3	21	4	4	4	4	16	2	2	4	8	2	3	3	3	11
65	3	3	4	3	3	4	20	4	4	4	3	15	4	4	4	12	3	3	4	3	13
66	3	3	4	3	4	4	21	4	4	4	4	16	3	3	4	10	3	3	3	3	12
67	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	4	19	4	4	4	12	4	4	4	4	16
68	3	4	4	2	4	4	21	4	3	3	3	13	2	3	3	8	2	3	3	2	10
69	4	2	5	3	3	5	22	5	5	5	5	20	4	4	4	12	2	4	4	3	13
70	5	3	5	2	1	5	21	3	4	3	3	13	2	3	5	10	3	3	3	3	12
71	4	4	5	4	4	5	26	4	5	4	4	17	4	4	4	12	3	4	4	4	15
72	3	3	4	2	3	3	18	4	4	4	3	15	2	3	3	8	2	3	4	4	13
73	2	4	4	2	3	5	20	4	4	3	3	14	2	3	4	9	3	4	2	2	11
74	3	4	4	3	2	4	20	4	4	4	3	15	3	2	3	8	4	4	3	5	16

75	4	4	3	3	3	4	21	4	4	3	3	14	4	3	3	10	2	3	2	2	9
76	3	3	4	3	3	4	20	5	5	4	3	17	3	2	2	7	2	3	2	3	10
77	3	3	4	3	3	4	20	3	4	3	4	14	2	3	3	8	2	3	3	2	10
78	4	2	3	3	3	4	19	5	5	5	5	20	3	4	4	11	4	3	3	4	14
79	3	3	2	4	4	3	19	5	5	4	4	18	4	4	4	12	3	2	4	4	13
80	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	4	3	10	3	3	3	4	13
81	4	4	5	3	4	3	23	5	5	5	4	19	3	3	3	9	2	3	4	3	12
82	3	5	5	4	3	3	23	4	3	3	4	14	2	2	4	8	1	2	2	1	6
83	4	5	5	4	3	3	24	5	4	5	4	18	3	3	4	10	2	3	2	4	11
84	4	2	2	4	3	4	19	4	3	4	5	16	3	3	4	10	2	3	3	4	12
85	3	4	3	2	3	4	19	3	4	3	5	15	4	3	3	10	4	2	3	3	12
86	4	4	5	4	4	4	25	5	5	5	5	20	3	4	3	10	2	3	2	3	10
87	4	3	4	5	5	4	25	4	4	4	4	16	3	4	5	12	3	2	3	4	12
88	3	3	3	2	3	3	17	3	3	3	3	12	2	3	3	8	3	2	3	2	10
89	4	4	4	3	3	3	21	3	3	4	3	13	2	3	2	7	3	3	3	3	12
90	3	4	3	4	3	5	22	3	3	3	3	12	3	3	3	9	4	4	4	4	16
91	3	3	4	2	3	5	20	5	5	5	5	20	3	4	3	10	3	3	3	4	13
92	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
93	4	3	3	3	3	5	21	4	5	3	4	16	3	4	4	11	2	3	2	2	9
94	3	3	4	3	4	4	21	4	5	3	4	16	3	3	3	9	2	3	1	3	9
95	4	3	1	3	5	5	21	5	5	4	3	17	4	3	4	11	3	3	2	2	10
96	4	4	3	3	4	5	23	4	5	4	5	18	3	5	4	12	3	3	2	4	12
97	4	5	4	5	4	5	27	4	5	4	5	18	3	3	3	9	3	3	4	5	15
98	4	3	5	3	3	5	23	5	5	4	5	19	3	4	5	12	2	1	4	3	10
99	3	3	4	3	4	3	20	4	5	3	4	16	3	4	4	11	2	2	3	3	10
100	3	3	4	4	4	4	22	4	5	4	5	18	4	4	4	12	3	3	3	4	13

## Lampiran 4. Uji Instrumen Data

### UJI VALIDITAS

#### *Hedonic Shopping Value (X<sub>1</sub>)*

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	,361**	,444**	,432**	,029	,221*	,687**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,771	,027	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,361**	1	,434**	,338**	,080	,039	,635**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,427	,701	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,444**	,434**	1	,200*	-,010	-,061	,599**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,046	,919	,546	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,432**	,338**	,200*	1	,402**	,178	,712**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,046	,000		,076	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,029	,080	-,010	,402**	1	,212*	,494**
	Sig. (2-tailed)	,771	,427	,919	,000		,034	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	,221*	,039	-,061	,178	,212*	1	,418**
	Sig. (2-tailed)	,027	,701	,546	,076	,034		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOT	Pearson Correlation	,687**	,635**	,599**	,712**	,494**	,418**	1
AL	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

*Utilitarian Value (X<sub>2</sub>)*

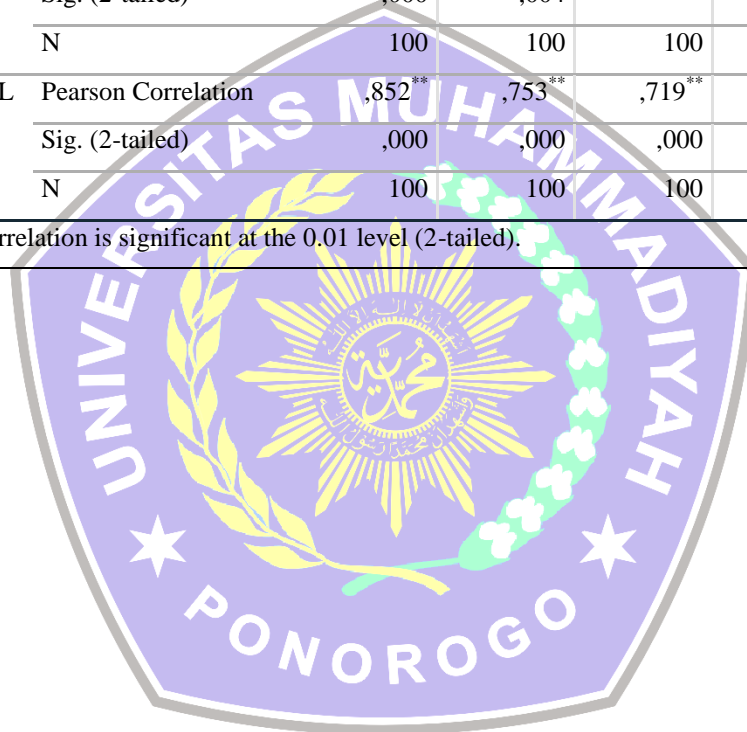
		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	,658**	,726**	,378**	,850**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,658**	1	,522**	,349**	,768**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,726**	,522**	1	,566**	,869**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,378**	,349**	,566**	1	,736**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,850**	,768**	,869**	,736**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Shopping Lifestyle (Z)**

		<b>Correlations</b>			
		Z.1	Z.2	Z.3	TOTAL
Z.1	Pearson Correlation	1	,487**	,434**	,852**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
Z.2	Pearson Correlation	,487**	1	,283**	,753**
	Sig. (2-tailed)	,000		,004	,000
	N	100	100	100	100
Z.3	Pearson Correlation	,434**	,283**	1	,719**
	Sig. (2-tailed)	,000	,004		,000
	N	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,852**	,753**	,719**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



**Impulse Buying (Y)**

		Correlations				
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	,535**	,592**	,749**	,898**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	,535**	1	,396**	,444**	,713**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	,592**	,396**	1	,514**	,767**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	,749**	,444**	,514**	1	,854**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,898**	,713**	,767**	,854**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## RELIABILITAS

### *Hedonic Shopping Value (X<sub>1</sub>)*

---

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,621	6

---

### *Utilitarian Value (X<sub>2</sub>)*

---

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,813	4

---

### *Shopping Lifestyle (Z)*

---

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,670	3

---

### *Impulse Buying (Y)*

---

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,826	4

---





## Lampiran 5. Analisis Jalur

### Analisis Jalur Path Model I

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,947	1,370		1,421	,159
	Hedonic Shopping Value	,202	,063	,318	3,209	,002
	Utilitarian Value	,240	,081	,292	2,948	,004

a. Dependent Variable: Shopping Lifestyle

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,528 <sup>a</sup>	,279	,264	1,59965

a. Predictors: (Constant), Utilitarian Value, Hedonic Shopping Value

### Analisis Jalur Path Model II

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,074	2,025		-1,024	,308
	Hedonic Shopping Value	,413	,097	,400	4,264	,000
	Utilitarian Value	-,058	,124	-,043	-,465	,643
	Shopping Lifestyle	,633	,149	,389	4,262	,000

a. Dependent Variable: Impulse Buying

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,651 <sup>a</sup>	,424	,406	2,33987

a. Predictors: (Constant), Shopping Lifestyle, Utilitarian Value, Hedonic Shopping Value

## Lampiran 6. Uji t

### Uji T Model I

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,947	1,370		1,421	,159
	Hedonic Shopping Value	,202	,063	,318	3,209	,002
	Utilitarian Value	,240	,081	,292	2,948	,004

a. Dependent Variable: Shopping Lifestyle

### Uji T Model II

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,841	2,175		-,387	,700
	Hedonic Shopping Value	,541	,100	,523	5,414	,000
	Utilitarian Value	,094	,129	,070	,729	,468

a. Dependent Variable: Impulse Buying

## Lampiran 7. Koefisien Determinasi

### Koefisien Determinasi Model I

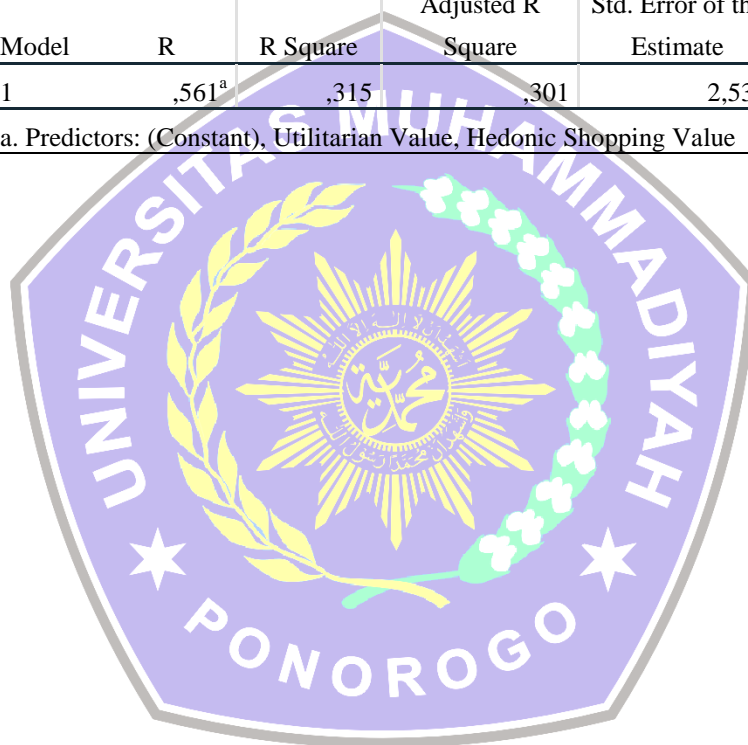
Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,528 <sup>a</sup>	,279	,264	1,59965

a. Predictors: (Constant), Utilitarian Value, Hedonic Shopping Value

### Koefisien Determinasi Model II

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,561 <sup>a</sup>	,315	,301	2,539

a. Predictors: (Constant), Utilitarian Value, Hedonic Shopping Value



Lampiran 8. Tabel R dan T

**TABEL R**

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

TABEL T

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 9. Berita Acara



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**  
**FAKULTAS EKONOMI**

Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia  
 Telp (0352) 481124, Fax. (0352) 461796, e-mail : akademik@umpo.ac.id Website :www.umpo.ac.id  
 Akreditasi Institusi B oleh BAN-PT  
 (SK Nomor : 77/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/PT/IV/2020)

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

1. Nama Mahasiswa : TRYASA MUKTI PUSPITASARI
2. NIM : 17414572
3. Jurusan : Manajemen
4. Bidang : Pemasaran
5. Alamat : Rt 05/01 Sumberharjo, Pacitan
6. Judul Skripsi : Pengaruh Hedonic Shopping Value Dan Utilitarian Value Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Lifestyle Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Shopee (Studi Pada Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Ponorogo Jurusan Manajemen)
7. Masa Pembimbingan : September 2020 s/d Agustus 2021
8. Tanggal Mengajukan Skripsi :
9. Konsultasi :

Tanggal Disetujui	BAB	Paraf Pembimbing
11/07/2021	Revisi proposal	[Signature]
21/07/2021	Revisi proposal	[Signature]
30/07/2021	Acc proposal	[Signature]
	Proposal	[Signature]
	Proposal	[Signature]
	ACC Proposal	[Signature]
	Kel 1 - 141	[Signature]
	Kel 1 - 141	[Signature]
27/07/2021	Revisi BAB IV - V	[Signature]
31/07/2021	Revisi BAB IV - V	[Signature]
4/08/2021	Revisi BAB IV - V	[Signature]
11/08/2021	Revisi BAB IV - V	[Signature]
15/08/2021	ACC SKRIPSI	[Signature]







**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**  
**FAKULTAS EKONOMI**

Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia  
Telp (0352) 481124, Fax. (0352) 461796, e-mail : akademik@umpo.ac.id Website :www.umpo.ac.id  
Akreditasi Institusi B oleh BAN-PT  
(SK Nomor : 77/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/PT/IV/2020)

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

- 1. Nama Mahasiswa : **TRYASA MUKTI PUSPITASARI**
- 2. NIM : 17414572
- 3. Jurusan : Manajemen
- 4. Bidang : Pemasaran
- 5. Alamat : Rt 05/01 Sumberharjo, Pacitan
- 6. Judul Skripsi : Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Utilitarian Value Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Lifestyle Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Shopee (Studi Pada Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Ponorogo Jurusan Manajemen)
- 7. Masa Pembimbingan : September 2021 s/d Agustus 2022
- 8. Tanggal Mengajukan Skripsi :
- 9. Konsultasi :

Tanggal Disetujui	BAB	Paraf Pembimbing
	Bab 1 - I	f
	Bab 1 - II ACC	f
	Bab 1 - V	f
	1 - V ACC	f
	Sisip dosen	f



