

**PENGARUH HARGA, *SHOPPING LIFESTYLE* DAN PROMOSI
TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA PEMBELIAN *ONLINE SHOP*
(Studi Kasus Mahasiswa STIESIA Surabaya)**



Oleh :

ZALFA MILLENIA WARDHANI

NPM : 18.1.02.11355

Program Studi : S1 Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2022

**PENGARUH HARGA, *SHOPPING LIFESTYLE*, DAN PROMOSI
TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA PEMBELIAN *ONLINE SHOP*
(Studi Kasus Mahasiswa STIESIA Surabaya)**

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi : S1 Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran



Oleh :

ZALFA MILLENIA WARDHANI

NPM : 1810211355

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2022

**PENGARUH HARGA, SHOPPING LIFESTYLE DAN PROMOSI
TERHADAP IMPULSE BUYING PADA PEMBELIAN ONLINE SHOP
(Studi Kasus Mahasiswa STIESIA SURABAYA)**

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

ZALFA MILLENIA WARDHANI
NPM : 18.1.02.11355

Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji
Pada tanggal 22 Maret 2022

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Suwitho, M.Si.
Anggota : 1. Sulistyoto Budi Utomo, BBA., M.A., Ec., Ph.D.
2. Dr. Ir. Marsudi Lestariningsih, M.Si.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Suwitho, M.Si.



Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua STIESIA



Dr. Nur Fadjrik Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

SURAT KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **ZALFA MILLENIA WARDHANI**

N.P.M : **18.1.02.11355**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH HARGA, *SHOPPING LIFESTYLE* DAN PROMOSI TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA PEMBELIAN *ONLINE SHOP* (STUDI KASUS MAHASISWA STIESIA SURABAYA)

Dan diajukan untuk diuji pada tanggal 22 Maret 2022 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 menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila 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. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 22 Maret 2022

Yang membuat pernyataan,



ZALFA MILLENIA WARDHANI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Zalfa Millenia Wardhani
NPM : 18.1.02.11355
Program Studi : Manajemen
Tempat / Tanggal Lahir : Madiun, 14 September 2000
Agama : Islam
Jumlah Saudara / Anak ke : 2 (Dua) / 1 (Satu)
Alamat Rumah : Bogangin Baru Blok C No.117 Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Slamet Prijanto
Alamat Rumah : Bogangin Baru Blok C No.117 Surabaya
Pekerjaan / Jabatan : BUMN

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN Kedurus V Surabaya Tahun 2012
2. Tamat SMP di SMPN 24 Surabaya Tahun 2015
3. Tamat SMA di SMA Muhammadiyah 4 Surabaya Tahun 2018

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	VII	2018-2022	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan

Dibuat dengan sebenarnya

ZALFA MILLENIA WARDHANI

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah serta Inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH HARGA, *SHOPPING LIFESTYLE* DAN PROMOSI TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA PEMBELIAN *ONLINE SHOP* (STUDI KASUS MAHASISWA STIESIA SURABAYA)”**.

Penyusunan skripsi ini ditunjukkan untuk salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penulis menyadari bahwa terselesainya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan semua pihak, maka pada kesempatan ini tidak lupa penulisan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Dr. Suwitho, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya dan Dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya dalam membimbing dan memberi petunjuk yang bermanfaat untuk terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen STIESIA Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang berguna selama proses perkuliahan berlangsung.
4. Kedua orang tua saya Bapak Selamat dan Ibu Dwi serta seluruh keluarga besar saya yang selama ini selalu memberikan semangat dan doa kepada saya demi melalui pendidikan di perguruan tinggi ini baik secara moril maupun materil.
5. Sahabat terdekat saya yaitu Novinda, Hida, Sherly, Cucuh, Salsa, Devia, Nila, Annisa, Rosita dan teman-teman diluar sana yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang selalu memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Teman-teman kelas SM8 angkatan tahun 2018 yang tentunya telah memberikan saya dorongan dan semangat untuk belajar hingga proses skripsi ini selesai.
7. Teman-teman seperjuangan bimbingan skripsi saya yang selama ini memberikan informasi dan solusi masalah kaitannya dengan proses penyusunan skripsi yang sedang ditempuh.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa saya masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saya berharap untuk dapat menerima kritik dan saran dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan bagi para pembaca.

Surabaya, 11 Februari 2022

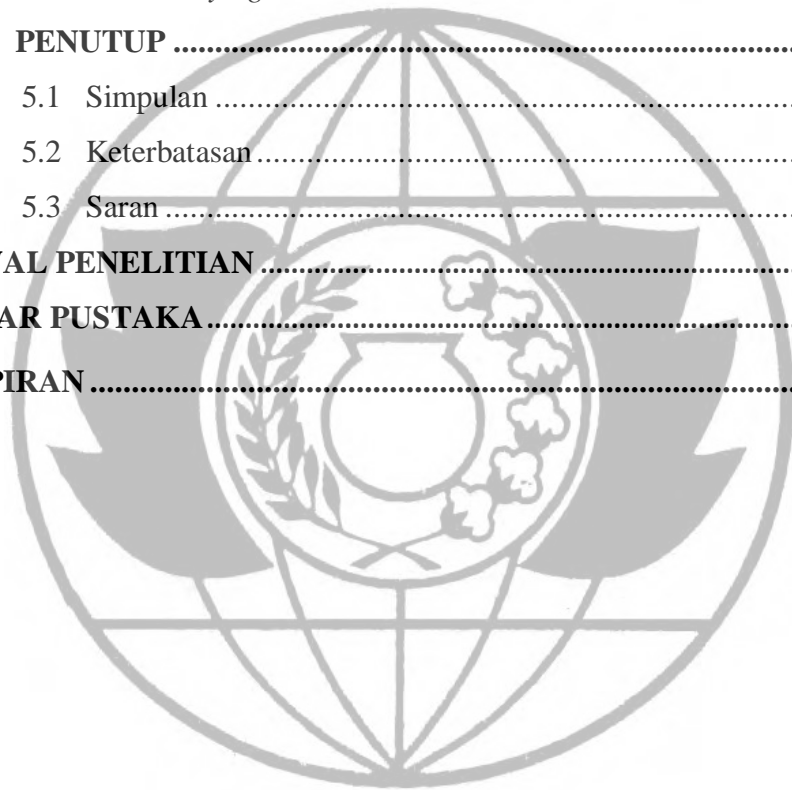
Zalfa Millenia Wardhani

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN	
HIPOTESIS	10
2.1 Tinjauan Teoritis	10
2.1.1 Harga.....	10
2.1.2 Promosi.....	15
2.1.3 <i>Shopping Lifestyle</i>	20
2.1.4 <i>Impulse Buying</i>	23
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Rerangka Konseptual.....	29
2.4 Pengembangan Hipotesis	30
2.4.1 Pengaruh Harga Terhadap <i>Impulse Buying</i>	30

2.4.2	Pengaruh Shopping Lifestyle Terhadap <i>Impulse Buying</i>	30
2.4.3	Pengaruh Promosi Terhadap <i>Impulse Buying</i>	31
BAB 3	METODE PENELITIAN.....	32
3.1	Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian.....	32
3.1.1	Jenis Penelitian.....	32
3.1.2	Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian.....	32
3.2	Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3.1	Jenis Data.....	34
3.3.2	Sumber Data.....	34
3.3.3	Teknik Pengambilan Data.....	34
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	35
3.4.1	Variabel.....	35
3.4.2	Definisi Operasional Variabel.....	36
3.5	Teknik Analisis Data.....	39
3.5.1	Uji Instrumen.....	40
3.5.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.5.4	Uji Kelayakan Model.....	44
3.5.5	Pengujian Hipotesis (Uji t).....	44
BAB 4	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1	Hasil Penelitian.....	46
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.1.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	47
4.1.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	49
4.1.4	Uji Instrumen.....	54
4.1.5	Analisis Linier Berganda.....	55
4.1.6	Uji Asumsi Klasik.....	57
4.1.7	Uji Kelayakan Model.....	60

4.1.8 Pengujian Hipotesis.....	61
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	62
4.2.1 Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Impulse</i> <i>Buying</i>	62
4.2.2 <i>Shopping Lifestyle</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Impulse Buying</i>	63
4.2.3 Promosi Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Impulse</i> <i>Buying</i>	64
BAB 5 PENUTUP	66
5.1 Simpulan	66
5.2 Keterbatasan.....	67
5.3 Saran	67
JADWAL PENELITIAN	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	73



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2019-2021	2
2. Penelitian Terdahulu.....	27
3. Konstruksi Kuesioner	38
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	49
7. Tanggapan Responden Terhadap Harga	50
8. Tanggapan Responden Terhadap <i>Shopping Lifestyle</i>	51
9. Tanggapan Responden Terhadap Promosi	52
10. Tanggapan Responden Terhadap <i>Impulse Buying</i>	53
11. Hasil Uji Validitas	54
12. Hasil Uji Reliabilitas	55
13. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	55
14. Hasil Uji Multikolinearitas	58
15. Hasil Uji F.....	60
16. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	60
17. Hasil Uji t.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Rerangka Konseptual	30
2. Hasil Uji Normalitas.....	57
3. Histogram	58
4. Hasil Uji Heteroskedastisitas	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner.....	73
2. Hasil Kuesioner.....	77
3. Hasil Output SPSS 25: Karakteristik Responden.....	83
4. Deskripsi Jawaban Responden.....	84
5. Uji Instrumen (Uji Validitas dan Reliabilitas).....	93
6. Uji Asumsi Klasik.....	99
7. Analisis Regresi Linier Berganda.....	103
8. Surat Tugas Bimbingan Penulisan Skripsi Semester Gasal Tahun 2021/2022.....	105
9. Surat Pernyataan.....	106
10. Surat Konsultasi Bimbingan Skripsi.....	107
11. Sertifikat Webinar Hasil Penelitian Bidang Akuntansi Dan Manajemen.....	108
12. Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....	109