

**PENGARUH *HEDONIC MOTIVATION* DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN *POSITIVE EMOTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(Studi Pada Pengguna Shopee di Kota Surabaya)**



**Oleh :**

**HANA KATERINA RISNANDINI**

**NPM : 20.1.02.12268**

**Program Studi: Manajemen**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**  
**SURABAYA**  
**2024**

**PENGARUH *HEDONIC MOTIVATION* DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN *POSITIVE EMOTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(Studi Pada Pengguna Shopee di Kota Surabaya)**



**Oleh :**

**HANA KATERINA RISNANDINI**

**NPM : 20.1.02.12268**

**Program Studi: Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2024**

**PENGARUH *HEDONIC MOTIVATION* DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN *POSITIVE EMOTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(Studi Pada Pengguna Shopee di Kota Surabaya)**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi: Manajemen  
Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**



**Oleh:**

**HANA KATERINA RISNANDINI**

**NPM : 20.1.02.12268**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)  
SURABAYA  
2024**

**PENGARUH *HEDONIC MOTIVATION* DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN *POSITIVE EMOTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(Studi Pada Pengguna Shopee di Kota Surabaya)**

**Dipersiapkan dan Disusun oleh :**

**HANA KATERINA RISNANDINI**

**NPM : 20.1.02.12268**

**Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji  
Pada tanggal 17 Februari 2024**

**Susunan Tim Penguji :**

**Ketua : Dr. Khuzaini, S.E., M.M.**

**Anggota : 1. Dr. Marsudi Lestariningsih, Ir., M.Si.  
2. Dr. Nur Laili, M.Si.**

**Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima**

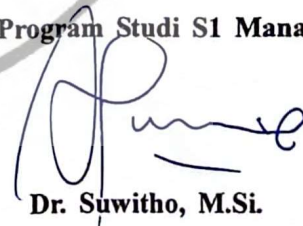
**Oleh :**

**Dosen Pembimbing**



**Dr. Khuzaini, S.E., M.M.**

**Ketua Program Studi S1 Manajemen**



**Dr. Suwitho, M.Si.**



**Ketua STIESIA**



**Prof. Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **Hana Katerina Risnandini**

NPM : **20.1.02.12268**

Menyatakan bahwa skripsi

Dengan judul :

**PENGARUH *HEDONIC MOTIVATION* DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN *POSITIVE EMOTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Pengguna Shopee di Kota Surabaya)**

Diajukan pada tanggal 17 Februari 2024, 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 akan 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 (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 17 Februari 2024

Yang membuat pernyataan,



Hana Katerina Risnandini

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Hana Katerina Risnandini  
NPM : 20.1.02.12268  
Program Studi : S1 Manajemen  
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 20 Januari 2001  
Agama : Islam  
Jumlah Sudara/ Anak ke : 2 (dua)/ 1 (satu)  
Alamat Rumah : Jl. Kutisari Utara I No. 31, Surabaya  
Status : Belum Menikah

### B. ORANG TUA

Nama : Suyadi  
Alamat Rumah : Jl. Kutisari Utara I No. 31, Surabaya/  
085746219339  
Alamat Kantor/ Telpon : -  
Pekerjaan/ Jabatan : Wirausaha

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD : SDN Kutisari 2 Surabaya Tahun 2013
2. Tamat SMP : SMPN 17 Surabaya Tahun 2016
3. Tamat SMA : SMAN 14 Surabaya Tahun 2019
4. Pendidikan Tinggi (PT) :

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Jl. Menur Pumpungan No. 30 Surabaya	I-VII	2020- 2023	Mahasiswa

### D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/ Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya





## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya serta dukungan dan doa kedua orang tua, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH *HEDONIC MOTIVATION* DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN *POSITIVE EMOTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA PENGGUNA SHOPEE DI KOTA SURABAYA)”. Penulisan Sripsi ini digunakan memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan program studi Strata satu (S-1) dan memperoleh gelar sarjana manajemen yang diperoleh dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Skripsi ini disusun tentunya atas bantuan pihak-pihak terkait demi menyempurnakan skripsi yang disusun oleh penulis. Atas dasar tersebut penulis mengucapkan rasa terima kasih dan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA., Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Dr. Suwitho, M.Si., Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Dr. Khuzaini, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang bermanfaat dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
4. Ir. Pontjo Bambang Mahargiono, M.M., selaku Dosen Wali kelas SM-2 yang telah membantu dalam memberikan informasi pengarahan selama perkuliahan.
5. Bapak dan ibu dosen STIESIA yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
6. Kedua Orang tua tersayang, Ibu Ismawati dan Bapak Suyadi yang telah memberikan motivasi dan doa kepada saya dalam melalui pendidikan perguruan tinggi sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.

7. Sahabat saya Sheilla dan Nana yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada saya selama masa perkuliahan dan saat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan saya Virgi, Rusda, Rani, Vonny, Cellin, dan Angel yang selalu mendukung dalam menjalani masa perkuliahan dan selama penyelesaian skripsi ini.
9. Kepada teman-teman keluarga besar SM-2 angkatan 2020 yang bersama-sama berjuang dalam penyelesaian perkuliahan ini serta telah memberikan dukungan kepada saya dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberi bantuan dan dukungannya selama proses penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan sehingga mohon maaf bila ada hal yang kurang berkenan bagi pembaca. Penulis juga mengharapkan adanya kritik dan saran dari pembaca, agar nantinya dapat menjadi skripsi yang lebih baik. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat bermanfaat dan membantu pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 2 Februari 2024



Hana Katerina Risnandini

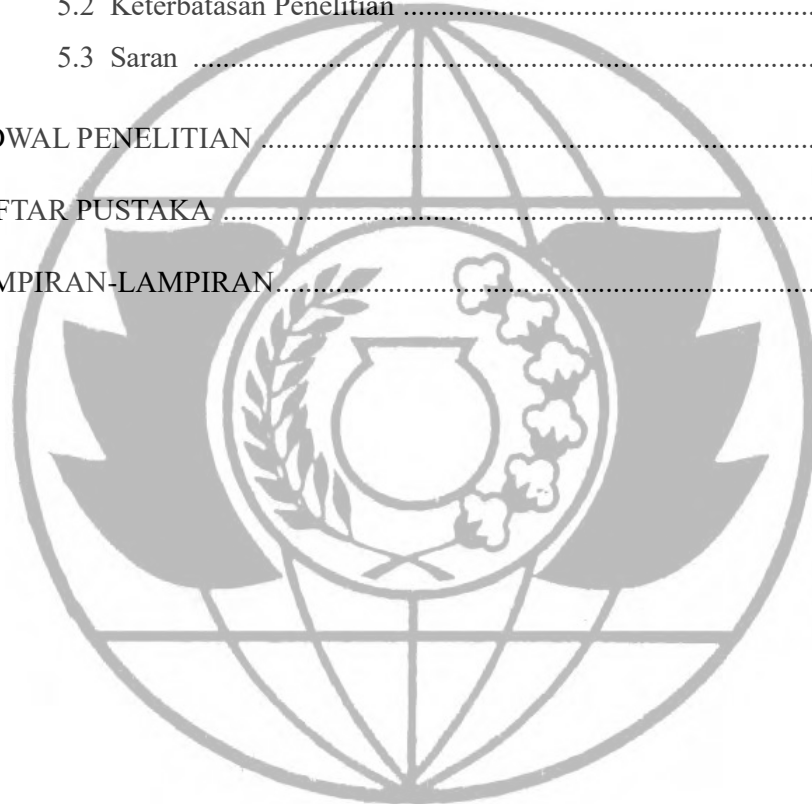


## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI .....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
<b>BAB 1 : PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Kontribusi Teoritis .....	8
1.4.2 Kontribusi Praktis .....	9
1.4.3 Kontribusi Kebijakan .....	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	9

<b>BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ....</b>	<b>10</b>
2.1 Tinjauan Teoritis .....	10
2.1.1 <i>Impulse Buying</i> .....	10
2.1.2 <i>Positive Emotion</i> .....	14
2.1.3 <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	16
2.1.4 <i>Shopping Lifestyle</i> .....	19
2.2 Penelitian Terdahulu .....	21
2.3 Kerangka Konseptual .....	23
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	24
<b>BAB 3 : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi Penelitian .....	29
3.1.1 Jenis Penelitian .....	29
3.1.2 Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian .....	29
3.2 Teknik Pengambilan Sampel .....	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.4 Variabel Definisi Operasional Variabel .....	32
3.4.1 Variabel Penelitian .....	32
3.4.2 Definisi Variabel Operasional .....	32
3.5 Teknik Analisis Data .....	35
3.5.1 <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	35
3.5.2 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	35
3.5.3 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	37
3.5.4 Uji Hipotesis .....	38
<b>BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	39
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	39
4.2 Data Penelitian .....	41
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	41
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	43

4.3 Analisis Data .....	48
4.3.1 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	48
4.3.2 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	53
4.4 Pembahasan.....	58
<b>BAB 5 : PENUTUP .....</b>	<b>66</b>
5.1 Kesimpulan .....	66
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	67
5.3 Saran .....	68
JADWAL PENELITIAN .....	69
DAFTAR PUSTAKA .....	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	74



## DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1. Rata-rata Kunjungan E-Commerce Kuartal III 2023 .....	2
2. Penelitian Terdahulu .....	21
3. Usia Responden .....	41
4. Jenis Kelamin Responden .....	42
5. Pekerjaan Responden .....	42
6. Interval Kelas .....	43
7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	44
8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> .....	45
9. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Positive Emotion</i> .....	46
10. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Impulse Buying</i> .....	47
11. Hasil <i>Outer Loading</i> .....	49
12. Hasil <i>Cross Loading</i> .....	50
13. AVE ( <i>Average Variance Extracted</i> ) .....	51
14. <i>Composite Reliability</i> .....	52
15. Hasil <i>R-Square</i> .....	53
16. Hasil <i>Direct Effect</i> .....	55
17. Hasil <i>Indirect Effect</i> .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1. Perilaku Pembelian Impulsif <i>Online Shopper</i> .....	3
2. Rerangka Konseptual .....	24
3. Logo Shopee .....	39
4. Hasil Model Penelitian .....	54



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1. Kuesioner Penelitian .....	74
2. Tabulasi Data.....	77
3. Hasil <i>Output</i> PLS .....	82
4. Surat Tugas Bimbingan.....	86
5. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi .....	87
6. Surat Pernyataan Kuesioner .....	88
7. Sertifikat Hasil Penelitian .....	89
8. Surat Keterangan Bebas Plagiasi .....	90
9. Hasil Plagiasi.....	91

