

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *FASHION INVOLVEMENT*,
DAN *HEDONIC SHOPPING* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
PRODUK *FASHION ERIGO* PADA PELANGGAN
*E-COMMERCE SHOPEE***



Oleh:

RISKA AGUSTIN AYU NUR KUSUMA WARDANI

NPM: 21.1.02.80026

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2025

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *FASHION INVOLVEMENT*,
DAN *HEDONIC SHOPPING* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
PRODUK *FASHION ERIGO* PADA PELANGGAN
*E-COMMERCE SHOPEE***



Oleh:

RISKA AGUSTIN AYU NUR KUSUMA WARDANI

NPM: 21.1.02.80026

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2025

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *FASHION INVOLVEMENT*,
DAN *HEDONIC SHOPPING* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
PRODUK *FASHION ERIGO* PADA PELANGGAN
*E-COMMERCE SHOPEE***

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi: Manajemen

Konsentrasi: Manajemen Pemasaran

Oleh:

RISKA AGUSTIN AYU NUR KUSUMA WARDANI

NPM: 21.1.02.80026

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2025

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *FASHION INVOLVEMENT*,
DAN *HEDONIC SHOPPING* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
PRODUK *FASHION ERIGO* PADA PELANGGAN
*E-COMMERCE SHOPEE***

Dipersiapkan dan disusun oleh :

RISKA AGUSTIN AYU NUR KUSUMA WARDANI

NPM: 21.1.02.80026

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal 19 Juli 2025

Susunan Tim Penguji :


Ketua : Prof. Dr. Suwitho, M.Si.
Anggota : 1. Dr. Bambang Hadi Santoso, S.E., M.Si.
2. Widhi Ariestianti Rochdianingrum, S.E., M.M.

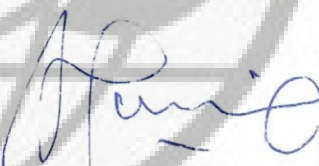
Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen


Prof. Dr. Suwitho, M.Si.


Prof. Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua STIESIA





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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **RISKA AGUSTIN AYU NUR KUSUMA WARDANI**

N.P.M : **21.1.02.80026**

menyatakan bahwa skripsi

dengan judul :

PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT, DAN HEDONIC SHOPPING TERHADAP IMPULSE BUYING PRODUK FASHION ERIGO PADA PELANGGAN E-COMMERCE SHOPEE

Diajukan untuk diuji pada tanggal 19 Juli 2025, adalah hasil karya saya.

Dengan ini 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 dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan kepada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian hari 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, 19 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Riska Agustin Ayu Nur Kusuma Wardani

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Riska Agustin Ayu Nur Kusuma Wardani
NPM : 21.1.02.80026
Program Studi : S1 Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Madiun, 09 Agustus 2001
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak ke : 2 (Dua)/2(Dua)
Alamat Rumah : Sapphire Residence Blok 5N-09 Buduran,Sidoarjo
Status : Mahasiswa

B. ORANG TUA

Nama : Heri Sutikno
Alamat Rumah/Telepon : Sapphire Residence Blok 5N-09 Buduran, Sidoarjo
Alamat Kantor/Telepon : -
Pekerjaan/Jabatan : Wirausaha

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SD Negeri Mojo III/222 Surabaya tahun 2014
2. Tamat SLTP di SMP Giki 3 Surabaya tahun 2017
3. Tamat SLTA di SMK Antartika 2 Sidoarjo tahun 2020
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I - VIII	2021-2025	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
2020-2021	Madina Store		Cs Offline, Kasir
2021-2022	Es Gerondjoeng		Crew Store
2022-2024	CV. RTS		Staff Administrasi

Dibuat dengan sebenarnya

Riska Agustin Ayu Nur Kusuma Wardani

KATA PENGANTAR


Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, serta senantiasa memberikan penulis kesehatan, kemudahan dan kekuatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT, DAN HEDONIC SHOPPING* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PRODUK *FASHION* ERIGO PADA PELANGGAN *E-COMMERCE SHOPEE*”. Penyusunan skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan jenjang Strata 1 guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.**

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa keberhasilan penyelesaian skripsi ini tepat waktu tidak terlepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan yang diberikan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan tulus hati, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang terhormat:

1. Prof. Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Prof. Dr. Suwitho, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Dr. Krido Eko Cahyono, S.E.,M.M. dan Prof. Dr. Suwitho, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan waktunya, pengarahan, dan bimbingan dengan penuh kesabaran serta dukungan semangat selama penulis menyelesaikan skripsi.

4. Muktar Redy Susila, S.Si., M.Si. selaku Dosen Wali SMX yang telah memberikan nasihat dan dorongan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Manajemen.
5. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis selama kegiatan perkuliahan berlangsung. Demikian pula seluruh Staf dan Karyawan yang banyak membantu dalam bidang informasi dan administrasi guna kegiatan akademik.
6. Kepada kedua orang tua penulis, dan kakak penulis tercinta yang telah memberikan doa, motivasi, nasihat, dan seluruh dukungan tanpa pernah ada habisnya kepada penulis agar terus semangat dalam menyelesaikan pendidikan ini.
7. Kepada teman penulis Rochma, Ani, Gressy, Sitta, Shinta dan Fian yang telah membantu proses pengumpulan data dan selalu memberikan motivasi, serta dorongan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan kelas SMX Manajemen Angkatan 2021 yang telah memberikan dukungan semangat kepada penulis selama kegiatan perkuliahan dan juga pada saat proses penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan, dukungan dan motivasinya hingga do'a yang telah diberikan kepada penulis selama proses penulisan skripsi ini.

Penulis telah berusaha sebaik mungkin untuk menyelesaikan skripsi ini, namun penulis menyadari masih ada beberapa kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca untuk membantu memperbaiki dan menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan, serta menjadi referensi yang berguna dalam penyusunan skripsi, khususnya bagi mahasiswa STIESIA Surabaya.



Surabaya, 19 Juli 2025

Penulis,

Riska Agustin Ayu Nur Kusuma Wardani

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.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat.....	12
1.4.1 Kontribusi Teoritis.....	12
1.4.2 Kontribusi Praktis.....	13
1.4.3 Kontribusi Kebijakan	14
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	14
BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ...	15
2.1 Tinjauan Teoritis	15
2.1.1 <i>Shopping Lifestyle</i>	15
2.1.2 <i>Fashion Involvement</i>	18
2.1.3 <i>Hedonic Shopping</i>	20
2.1.4 <i>Impulse Buying</i>	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Kerangka Konseptual	27
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	28

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.....	33
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	35
3.3.1 Jenis Data.....	35
3.3.2 Sumber Data	35
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	36
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	38
3.4.1 Variabel Penelitian.....	38
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.5 Teknik Analisis Data	41
3.5.1 Uji Instrumen.....	42
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda	43
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.5.4 Uji Kelayakan Model.....	46
BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Hasil Penelitian.....	49
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
4.1.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian	52
4.1.3 Deskriptif Hasil Penelitian	54
4.2 Analisis Data	64
4.2.1 Uji Instrumen Data	64
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda	66
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	68
4.2.4 Uji Kelayakan Model.....	72
4.2.5 Uji Hipotesis Uji t	74
4.3 Pembahasan	76
4.3.1 <i>Shopping Lifestyle</i> Berpengaruh Tidak Signifikan Terhadap <i>Impulse</i> <i>Buying</i>	76
4.3.2 <i>Fashion Involvement</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Impulse</i> <i>Buying</i>	78
4.3.3 <i>Hedonic Shopping</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Impulse Buying</i> 79	
BAB 5 : PENUTUP	81
5.1 Simpulan.....	81
5.2 Keterbatasan Penelitian	82
5.3 Saran.....	82

JADWAL PENELITIAN	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	90



DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1. Data Penjualan Produk Erigo Pada Pengguna Aplikasi Shopee	5
2. Penelitian Terdahulu	25
3. Pengukuran Variabel dengan Skala Likert.....	37
4. Karakteristik Jenis Kelamin	52
5. Karakteristik Usia	53
6. Tanggapan Responden Terhadap <i>Shopping Lifestyle</i>	55
7. Tanggapan Responden Terhadap <i>Fashion Involvement</i>	57
8. Tanggapan Responden Terhadap <i>Hedonic shopping</i>	59
9. Tanggapan Responden Terhadap <i>Impulse Buying</i>	62
10. Hasil Uji Validitas.....	65
11. Hasil Uji Reliabilitas	66
12. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	67
13. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	70
14. Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
15. Hasil Uji F	73
16. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	74
17. Hasil Uji Hipotesis Uji t.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1. 10 kategori produk dengan nilai total belanja terbesar di <i>E-commerce</i> Indonesia (2023).....	3
2. Merek Fesyen Lokal yang Jadi Favorit Masyarakat Indonesia.....	7
3. Kerangka Konseptual.....	28
4. Logo Erigo	51
5. Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik Probability Plot.....	69
6. Grafik Uji Heteroskedastisitas	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1. Kuesioner	90
2. Hasil Tabulasi Kuesioner	95
3. Tabulasi Frekuensi Data.....	100
4. Hasil Output SPSS	107
5. Surat Tugas	115
6. Kartu Konsultasi	116
7. Surat Pernyataan	118
8. Sertif Semhas	119
9. Surat Keterangan Bebas Plagiasi	120
10. Hasil Plagiasi.....	121