

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *SHOPPING VALUE*, DAN  
*POSITIVE EMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA OH!SOME  
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Marvelina Widya Artanti**

**NPM: 21.1.02.80203**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)  
SURABAYA  
2025**

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *SHOPPING VALUE*, DAN  
*POSITIVE EMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA OH!SOME  
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Marvelina Widya Artanti**

**NPM: 21.1.02.80203**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)  
SURABAYA**

**2025**

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *SHOPPING VALUE*, DAN  
*POSITIVE EMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA OH!SOME  
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

**Skripsi Diajukan Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh**

**Gelar Sarjana Manajemen**

**Program Studi Manajemen**

**Konsentrasi : Pemasaran**



**OLEH :**

**MARVELINA WIDYA ARTANTI**

**NPM : 21.1.02.80203**

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

**SURABAYA**

**2025**

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE, SHOPPING VALUE, DAN  
POSITIVE EMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA OH!SOME  
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

**Dipersiapkan dan Disusun Oleh :**

**Marvelina Widya Artanti**

**NPM : 21.1.02.80203**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji**

**Pada Tanggal**

**Susunan Tim Penguji**

**Ketua**

**: Dr. Suhermin., S.E., M.M.**

**Anggota**

**: 1. Dr. Yayah Atmajawati, S.E., M.Si.**

**2. Rika Rahayu, S.M., M.B.A.**

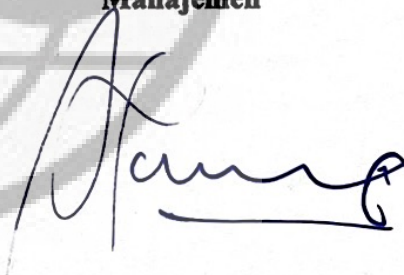
**Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima Oleh :**

**Dosen Pembimbing**

**Ketua Program Studi S1  
Manajemen**



**Dr. Suhermin., S.E., M.M.**



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

**Ketua STIESIA**



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

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : MARVELINA WIDYA ARTANTI  
NPM : 21.1.02.80203

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**"PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *SHOPPING VALUE*, DAN *POSITIVE EMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA OH!SOME TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA"**

Diajukan untuk diuji pada tanggal 26 April 2025, 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 symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, 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, 26 April 2025

Yang Membuat Pernyataan



Marvelina Widya Artanti

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Marvelina Widya Artanti  
NPM : 21.1.02.80203  
Program Studi : Manajemen  
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 5 Maret 2003  
Agama : Islam  
Jumlah Saudara/Anak ke : 3 (Tiga)/2 (Dua)  
Alamat Rumah : Jl. Bronggalan 2D No.15, Surabaya  
Status : Belum Menikah

### B. ORANG TUA

Nama : Muktar  
Alamat Rumah : Jl. Bronggalan 2D No.15, Surabaya  
Pekerjaan/Jabatan : POLRI

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN Pacar Kembang I Surabaya Tahun 2009 – 2015
2. Tamat SMP di SMP Ta'miriyah Surabaya Tahun 2015 – 2018
3. Tamat SMA di SMA Ta'miriyah Surabaya Tahun 2018 – 2021
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Jl. Menur Pumpungan No.30 Surabaya	1 - VIII	2021 – 2025	

### D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya



Marvelina Widya Artanti

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya serta salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda besar Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita ke jalan yang lurus. Atas karunia dan ridha-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh *Shopping Lifestyle, Shopping Value, dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying* Pada OH!SOME Tunjungan Plaza Surabaya".


Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk kelulusan dan mendapatkan gelar sarjana manajemen yang diperoleh dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang membantu sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA., Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Prof. Dr. Suwitho, M.Si Ketua Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Dr. Suhermin, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang bermanfaat tentunya untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Nur Laily M.Si. Selaku dosen wali kelas SM5 yang selalu memberikan pengarahan dan dukungan penuh dalam perkuliahan sampai akhirnya terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen STIESIA yang telah memberikan penulis bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
6. Kedua orang tua, keluarga dan adik tercinta yang telah memberikan fasilitas, motivasi, dan doa kepada saya demi melalui pendidikan di perguruan tinggi ini baik secara moral maupun materi.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya saran dan masukan yang membangun demi menyempurnakan hasil skripsi yang disusun agar lebih baik kedepannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang berguna bagi pihak yang berkepentingan.

Surabaya, 26 April 2025

  
Marvelina Widya Artanti

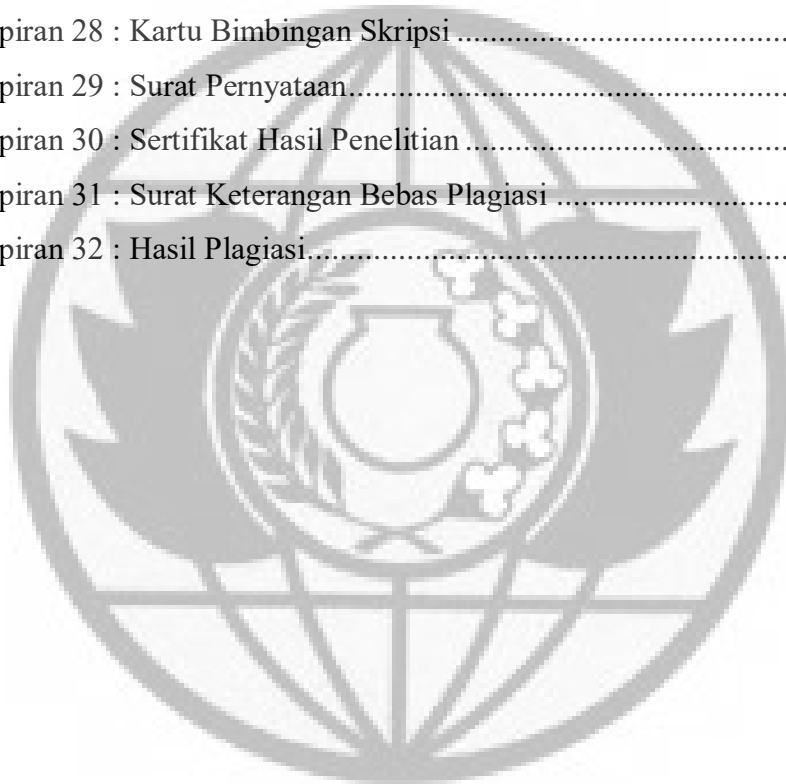
## DAFTAR ISI

HALAMAN COVER LUAR .....	1
HALAMAN COVER DALAM.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah : .....	10
1.3 Tujuan Penelitian : .....	10
1.4 Manfaat Penelitian : .....	11
1.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	12
BAB II TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	13
2.1 Tinjauan Teoritis.....	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	13
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	13
2.1.3 Generasi Z .....	14
2.1.4 <i>Shopping Lifestyle</i> .....	15
2.1.5 <i>Shopping Value</i> .....	17
2.1.6 <i>Positive Emotion</i> .....	19
2.1.7 <i>Impulse Buying</i> .....	21
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23

2.3 Kerangka Konseptual .....	25
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	26
2.4.1 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	26
2.4.2 Pengaruh Shopping Value Terhadap Impulse Buying .....	26
2.4.3 Pengaruh Positive Emotion Terhadap Impulse Buying .....	27
BAB 3 METODE PENELITIAN .....	29
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi (Objek) Penelitian.....	29
3.1.1 Jenis Penelitian.....	29
3.1.2 Gambaran dan Populasi (Objek) Penelitian .....	29
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.2.1 Penentuan Jumlah Sampel .....	30
3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3.1 Jenis Data .....	32
3.3.2 Sumber Data.....	32
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	33
3.4.1 Definisi Variabel.....	33
3.4.2 Definisi Operasional Variabel .....	34
3.5 Teknik Analisis Data.....	36
3.5.1 Uji Instrumen Data .....	37
3.5.2 Analisis Deskriptif.....	38
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	38
3.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.5.5 Uji Kelayakan Model.....	41
3.5.6 Pengujian Hipotesis .....	43
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	45
4.1 Hasil Penelitian .....	45
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	45
4.1.2 Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	46
4.1.3 Hasil Uji Instrumen .....	49

4.1.4 Hasil Statistik Deskriptif.....	51
4.1.5 Hasil Statistik Inferensial.....	57
4.2 Pembahasan.....	65
4.2.1 <i>Shopping Lifestyle</i> Berpengaruh Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	65
4.2.2 <i>Shopping Value</i> Berpengaruh Terhadap .....	66
4.2.3 <i>Positive Emotion</i> Berpengaruh Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	67
BAB 5 PENUTUP .....	69
5.1 Kesimpulan .....	69
5.2 Keterbatasan.....	70
5.3 Saran .....	71
DAFTAR PUSTAKA .....	73
LAMPIRAN .....	79
Lampiran 1 : Kuesioner .....	79
Lampiran 2 : Tabulasi Hasil Kuesioner .....	85
Lampiran 3 : Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	96
Lampiran 4 : Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	96
Lampiran 5 : Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	96
Lampiran 6: Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan .....	97
Lampiran 7 : Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	97
Lampiran 8 : Tanggapan Responden Untuk Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> .....	98
Lampiran 9 : Tanggapan Responden Untuk Variabel <i>Shopping Value</i> .....	100
Lampiran 10 : Tanggapan Responden Untuk Variabel <i>Positive Emotion</i> .....	101
Lampiran 11 : Tanggapan Responden Untuk Variabel <i>Impulse Buying</i> .....	102
Lampiran 12 : Uji Validitas Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> .....	104
Lampiran 13 : Uji Validitas Variabel <i>Shopping Value</i> .....	105
Lampiran 14 : Uji Validitas Variabel <i>Positive Emotion</i> .....	105
Lampiran 15 : Uji Validitas Variabel <i>Impulse Buying</i> .....	106
Lampiran 16 : Uji Reliabilitas Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> .....	106
Lampiran 17 : Uji Reliabilitas Variabel <i>Shopping Value</i> .....	107
Lampiran 18: Uji Reliabilitas Variabel <i>Positive Emotion</i> .....	107
Lampiran 19 : Uji Reliabilitas Variabel <i>Impulse Buying</i> .....	108

Lampiran 20 : Uji Normalitas.....	109
Lampiran 21 : Uji Heteroskedastisitas .....	109
Lampiran 22 : Uji Multikolinearitas .....	109
Lampiran 23 : Uji Analisis Linear Berganda.....	110
Lampiran 24 : Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	110
Lampiran 25 : Uji Parsial (Uji t).....	110
Lampiran 26 : Uji Simultan (Uji F) .....	111
Lampiran 27 : Surat Tugas Bimbingan Penulisan Skripsi.....	112
Lampiran 28 : Kartu Bimbingan Skripsi .....	113
Lampiran 29 : Surat Pernyataan.....	114
Lampiran 30 : Sertifikat Hasil Penelitian .....	115
Lampiran 31 : Surat Keterangan Bebas Plagiasi .....	116
Lampiran 32 : Hasil Plagiasi.....	117



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1 Tabel 1 Pertumbuhan Tahunan Indeks Penjualan Riil Per Kota Tahun 2023 ..	1
2 Tabel 2 .....	33
3 Tabel 3 Deskripsi Responden .....	47
4 Tabel 4 .....	49
5 Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
6 Tabel 6 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
7 Tabel 7 .....	52
8 Tabel 8 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Kunjungan .....	53
9 Tabel 9 Interval Kelas Skala Likert.....	54
10 Tabel 10 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> (SL) .....	55
11 Tabel 11 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel <i>Shopping Value</i> (SV).....	56
12 Tabel 12 Tanggapan Responden Berdasarkan .....	57
13 Tabel 13 Hasil Regresi Linier Berganda .....	58
14 Tabel 14 Uji Normalitas Probability Plot .....	60
15 Tabel 15 Hasil Uji Multikolinearitas .....	61
16 Tabel 16 Hasil Uji Heterokedasitas dengan Uji Glejser.....	61
17 Tabel 17 Uji Parsial (Uji t) .....	62
18 Tabel 18 Uji Simultas (Uji F) ANOVA .....	63
19 Tabel 19 Hasil Uji Kelayakan Determinasi.....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1 Gambar 1 Kerangka Konseptual.....	25



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Lampiran 1 : Kuesioner .....	79
2 Lampiran 2 : Tabulasi Hasil Kuesioner .....	85
3 Lampiran 3 : Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	96
4 Lampiran 4 : Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	96
5 Lampiran 5 : Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	96
6 Lampiran 6: Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan .....	97
7 Lampiran 7 : Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan ...	97
8 Lampiran 8 : Tanggapan Responden Untuk Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> .	98
9 Lampiran 9 : Tanggapan Responden Untuk Variabel <i>Shopping Value</i> ....	100
10 Lampiran 10 : Tanggapan Responden Untuk Variabel <i>Positive Emotion</i>	101
11 Lampiran 11 : Tanggapan Responden Untuk Variabel <i>Impulse Buying</i> ..	102
12 Lampiran 12 : Uji Validitas Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> .....	104
13 Lampiran 13 : Uji Validitas Variabel <i>Shopping Value</i> .....	105
14 Lampiran 14 : Uji Validitas Variabel <i>Positive Emotion</i> .....	105
15 Lampiran 15 : Uji Validitas Variabel <i>Impulse Buying</i> .....	106
16 Lampiran 16 : Uji Reliabilitas Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> .....	106
17 Lampiran 17 : Uji Reliabilitas Variabel <i>Shopping Value</i> .....	107
18 Lampiran 18: Uji Reliabilitas Variabel <i>Positive Emotion</i> .....	107
19 Lampiran 19 : Uji Reliabilitas Variabel <i>Impulse Buying</i> .....	108
20 Lampiran 20 : Uji Normalitas .....	109
21 Lampiran 21 : Uji Heteroskedastisitas .....	109
22 Lampiran 22 : Uji Multikolinearitas .....	109
23 Lampiran 23 : Uji Analisis Linear Berganda .....	110
24 Lampiran 24 : Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	110
25 Lampiran 25 : Uji Parsial (Uji t) .....	110
26 Lampiran 26 : Uji Simultan (Uji F) .....	111
27 Lampiran 27 : Surat Tugas Bimbingan Penulisan Skripsi .....	112
28 Lampiran 28 : Kartu Bimbingan Skripsi .....	113
29 Lampiran 29 : Surat Pernyataan .....	114
30 Lampiran 30 : Sertifikat Hasil Penelitian .....	115
31 Lampiran 31 : Surat Keterangan Bebas Plagiasi .....	116
32 Lampiran 32 : Hasil Plagiasi .....	117