



**PENGARUH DISKON, *SHOPPING LIFESTYLE* DAN
MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF
(STUDI PADA PENGGUNA SHOPEE DI KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun oleh :

MUHAMAD KARISMA ASHARI

NIM 202111577

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

TAHUN 2025



**PENGARUH DISKON, *SHOPPING LIFESTYLE* DAN
MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF
(STUDI PADA PENGGUNA SHOPEE DI KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

MUHAMAD KARISMA ASHARI

202111577

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

TAHUN 2025

**PENGARUH DISKON, *SHOPPING LIFESTYLE* DAN
MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF (STUDI PADA PENGGUNA SHOPEE DI KUDUS)**

Nama : Muhamad Karisma Ashari
NIM : 202111577
Prodi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus :.....

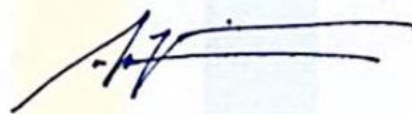
Mengetahui,
Ketua Program Studi

Pembimbing



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)

NIDN. 0024037701



(Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K.)

NIDN. 0610019601

**PENGARUH DISKON, *SHOPPING LIFESTYLE* DAN
MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF (STUDI PADA PENGGUNA SHOPEE DI KUDUS)**

Nama : Muhamad Karisma Ashari
NIM : 202111577
Prodi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
Kudus,

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Pembimbing



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701



(Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K.)
NIDN. 0610019601

Mengetahui,
Dekan




(Dr. Kertatny Sumekar, S.E., M.M.)
NIDN. 0616077304

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“ Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”

(GS. Al- Insyiroh [94] : 5-6)

Persembahan :

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Ashari dan Ibu Susi, serta Kangmas Daus dan Dek Bili atas segala doa, kasih sayang, perhatian serta dukungan tiada henti kepada penulis untuk bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Diskon, *Shopping Lifestyle* Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kudus)”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Muria Kudus.

Dalam kesempatan ini, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus, atas dukungan dan fasilitas yang diberikan selama masa studi.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus, atas arahan dan dukungannya.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus, yang telah memberikan bimbingan akademik selama masa studi.
4. Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K, dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, memberikan ilmu, dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya Jurusan Manajemen Universitas Muria Kudus, yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan berharga selama saya mengikuti perkuliahan.

6. Bapak dan Ibu tercinta, Bapak Ashari dan Ibu Susi, yang dengan doa, kasih sayang, dan pengorbanannya menjadi kekuatan terbesar dalam setiap langkah hidup saya.
7. Sahabat, yang selalu mendukung, semangat, serta kebersamaan yang berarti selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Maka dari itu, saya sangat menghargai kritik serta saran yang konstruktif untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi sumbangsih kecil untuk perkembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen.

Kudus, Febuari 2025

Penulis

Muhamad Karisma Ashari

202111577

PENGARUH DISKON, *SHOPPING LIFESTYLE* DAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF (STUDI PADA PENGGUNA SHOPEE DI KUDUS)

MUHAMAD KARISMA ASHARI

202111577

Pembimbing : Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh diskon, *shopping lifestyle*, dan motivasi belanja hedonis terhadap pembelian impulsif pada pengguna Shopee di Kudus. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee di Kudus yang berjumlah 108 responden, dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* jenis *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner. Teknik analisis data menggunakan SPSS.V.2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon tidak berpengaruh terhadap pembelian impulsif pada pengguna Shopee di Kudus. *Shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada pengguna Shopee di Kudus. Motivasi belanja hedonis juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada pengguna Shopee di Kudus.

Kata Kunci: Diskon, *Shopping Lifestyle*, Motivasi Belanja Hedonis, dan Pembelian Impulsif.

THE INFLUENCE OF DISCOUNTS, SHOPPING LIFESTYLE, AND HEDONIC SHOPPING MOTIVATION ON IMPULSIVE BUYING (STUDY ON SHOPEE USERS IN KUDUS)

MUHAMAD KARISMA ASHARI

202111577

Lecturer : Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY PROGRAM

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of discounts, shopping lifestyle, and hedonic shopping motivation on impulsive buying among Shopee users in Kudus. This study employs a quantitative approach. The sample consists of 108 Shopee users in Kudus, selected using a non-probability sampling technique with the purposive sampling method. Data collection was carried out using a questionnaire. Data analysis was conducted using SPSS V.2024. The results show that discounts have no significant effect on impulsive buying among Shopee users in Kudus. Meanwhile, shopping lifestyle has a positive and significant effect on impulsive buying among Shopee users in Kudus. Similarly, hedonic shopping motivation also has a positive and significant effect on impulsive buying among Shopee users in Kudus.

Keywords: Discounts, Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Motivation, and Impulsive Buying.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	12
1.3 Perumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Teori S-O-R (Stimulus, Organisme, Response)	16
2.1.2 Diskon.....	17
2.1.3 Shopping Lifestyle.....	20
2.1.4 Motivasi Belanja Hedonis	25
2.1.5 Pembelian Impulsif.....	27
2.2 Pengaruh Antar Variabel	34
2.2.1 Pengaruh antar Variabel Diskon dengan Pembelian Impulsif.....	34
2.2.2 Pengaruh antar Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> dengan Pembelian Impulsif.....	35

2.2.3 Pengaruh antar Variabel Motivasi Belanja Hedonis dengan Pembelian Impulsif.....	36
2.2.4 Pengaruh antar Variabel Diskon, <i>Shopping Lifestyle</i> dan Motivasi Belanja Hedonis dengan Pembelian Impulsif.....	37
2.3 Penelitian Terdahulu.....	38
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	41
2.5 Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Rancangan Penelitian	44
3.2 Variabel Penelitian	45
3.3.1 Definisi Operasional Variabel	45
3.3 Jenis dan Sumber Data	47
3.3.1 Jenis Data.....	47
3.3.2 Sumber Data	47
3.4 Populasi dan Sampel	48
3.4.1 Populasi	48
3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling.....	48
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
3.5.1 Uji Validitas.....	51
3.5.2 Uji Reabilitas	51
3.6 Pengolahan Data.....	52
3.6.1 <i>Editing</i> (Pengeditan).....	52
3.6.2 <i>Coding</i> (Pengkodean)	52
3.6.3 <i>Tabulating</i> (Tabulasi Data).....	53
3.6.4 <i>Cleaning</i> (Pembersihan Data).....	54
3.7 Analis Data.....	54
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	54
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	54
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
3.7.4 Uji Hipotesis	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.1	Sejarah dan Profil Singkat Shopee	59
4.1.2	Produk Shopee.....	60
4.1.3	Layanan Shopee.....	60
4.1.4	Logo Shopee	61
4.1.5	Visi dan Misi Shopee.....	62
4.2	Penyajian Data	62
4.2.1	Identitas Responden.....	62
4.2.2	Deskriptif Variabel Penelitian	66
4.3	Analisis Data	70
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	70
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	74
4.3.3	Analisis Regresi.....	79
4.3.4	Uji Hipotesis.....	80
4.4	Pembahasan.....	84
4.4.1	Pengaruh Diskon terhadap Pembelian Impulsif	84
4.4.2	Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap Pembelian Impulsif	85
4.4.3	Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian Impulsif.....	86
4.4.4	Pengaruh Diskon, <i>Shopping Lifestyle</i> dan Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian Impulsif.....	87
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1	Kesimpulan	89
5.2	Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		