

Judul Penelitian : Pengaruh *Shopping Lifestyle*, *Hedonic Motivation* dan *Fashion Involvement* Generasi Z Terhadap *Impulse Buying* Produk Fashion Di Marketplace (Study Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Kediri)

Dosen : Dr. Miftahul Munir, S.E., M.M.
Pembimbing : Nuril Aulia Munawaroh, S.Sos., M.M.
Nama : Lavenia Lorenza
NPM : 18.130210.102

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Shopping Lifestyle* (X1) *Hedonic Motivation* (X2) dan *Fashion Involvement* (X3) terhadap *Impulse Buying* (Y) produk Fashion di Marketplace (Study kasus pada Mahasiswa di Kota Kediri). Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*, *accidental sampling* dengan mengambil pengguna Marketplace sebanyak 200 pengguna di Kota Kediri sebagai sampel. Teknik analisis yang digunakan adalah uji instrumen validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinan R^2 .

Hasil Persamaan regresi $Y = 0,846 + 0,245 X1 + 0,380 X2 + 0,539 X3 + e$. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F sebesar 20,443 Sig. 0,000. Karena nilai Sig. kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak yang artinya *Shopping Lifestyle* (X1), *Hedonic Motivation* (X2), dan *Fashion Involvement* (X3) berpengaruh positif terhadap *Impulse Buying* secara simultan.

Kata Kunci: *Shopping Lifestyle*, *Hedonic Motivation*, *Fashion Involvement*, *Impulse Buying*.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ix
MOTTO.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang Penelitian.....	1
1.2 Batasan Masalah	6
1.3 Perumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Operasional	7
1.5.2 Manfaat Akademik	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Tinjauan dan Kajian Pustaka.....	13
2.2.1 Perilaku Konsumen.....	13
2.2.2 <i>Online Marketplace</i>	19
2.2.3 Gaya Hidup Berbelanja.....	20
2.2.4 <i>Hedonic Motivation</i>	21

2.2.5 <i>Fashion Involvement</i>	22
2.2.6 <i>Impulse Buying</i>	24
2.3 Hipotesis	26
2.3.1 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	26
2.3.2 Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	26
2.3.3 Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	27
2.3.4 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle, Hedonic Motivation, dan</i> <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	27
2.4 Kerangka Teoritik.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	30
3.2 Jenis Penelitian	30
3.3 Lokasi Penelitian	30
3.4 Populasi dan Sampel	30
3.4.1 Populasi	30
3.4.2 Sampel	30
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.6 Penentuan Jumlah Sampel	31
3.7 Data dan Teknik Pengumpulannya.....	32
3.7.1 Jenis Data	32
3.7.2 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.8 Identifikasi Variabel	34

3.9 Definisi Operasional Variabel	35
3.10 Teknik Analisis	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	43
4.1.2 Deskriptif Responden	43
4.1.3 Data Hasil Penelitian	48
4.2 Pengujian Instrumen	63
4.2.1 Uji Validitas	63
4.2.2 Uji Reliabilitas	64
4.3 Uji Asumsi Klasik	65
4.3.1 Uji Normalitas	65
4.3.2 Uji Multikolinieritas	66
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	69
4.5 Pengujian Hipotesis	70
4.5.1 Uji t (Parsial).....	70
4.5.2 Uji F (Simultan)	71
4.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)	72
4.6 Pembahasan dan Interpretasi.....	73
4.6.1 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> secara parsial terhadap <i>Impulse Buying</i> Produk <i>fashion</i> di <i>Marketplace</i>	73
4.6.2 Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> secara parsial terhadap <i>Impulse Buying</i> produk <i>fashion</i> di <i>Marketplace</i>	73

4.6.3 Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> secara parsial terhadap <i>Impulse Buying</i> produk <i>fashion</i> di <i>Marketplace</i>	74
4.6.4 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> , <i>Hedonic Motivation</i> , dan <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> produk <i>fashion</i> di <i>Marketplace</i>	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	82