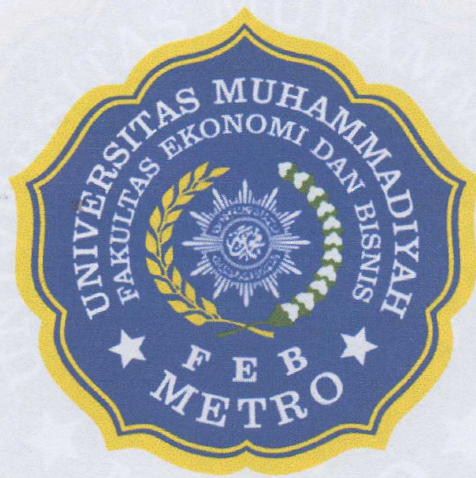


**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* DAN *HEDONIK SHOPPING* TERHADAP
IMPULSE BUYING DARI PENJUALAN ONLINE DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM (STUDI PADA MAHASISWA FEB UM METRO)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana**



OLEH:

LULU ZAKIYAH

16610191

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

SKRIPSI

**PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN HEDONIK SHOPPING TERHADAP
IMPULSE BUYING DARI PENJUALAN ONLINE DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM (STUDI PADA MAHASISWA FEB UM METRO)**

LULU ZAKIYAH

NPM. 16610191

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 17 Juli 2020

Tempat Ujian : Ruang Sidang FEB Universitas Muhammadiyah Metro

Tim Penguji :

Yateno, S.E., M.M.
NIDN. 0225046502

Ketua Penguji

Jati Imantoro, S.E., M.E.Sy.
NIDN. 0230018302

Sekretaris

Ratmono, S.E., M.M.
NIDN. 02200776001

Penguji Utama

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Suharto, S.E., M.M.
NIDN 0228035801



HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

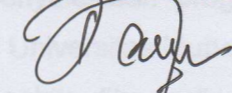
**PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN HEDONIK SHOPPING TERHADAP
IMPULSE BUYING DARI PENJUALAN ONLINE DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM (STUDI PADA MAHASISWA FEB UM METRO)**

Oleh:

**LULU ZAKIYAH
NPM. 16610191**

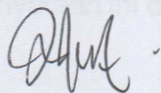
Telah Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I



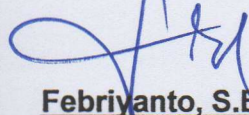
Yateno, S.E., M.M.
NIDN. 0225046502

Dosen Pembimbing II



Jati Imantoro, S.E., M.E.Sy.
NIDN. 0230018302

Mengetahui,
Kaprodik Manajemen



Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Lulu Zakiyah
NPM : 16610191
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "**PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN HEDONIK SHOPPING TERHADAP IMPULSE BUYING DARIPENJUALAN ONLINE DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI PADA MAHASISWA FEB UM METRO)**" adalah benar hasil karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari karya orang lain, yang merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian program S-1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam isi skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik Sarjana Ekonomi dan akan mempertanggungjawabkan secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

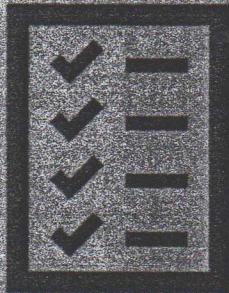
Metro, 26 Juni 2020
Yang membuat pernyataan,



Lulu Zakiyah
NPM. 16610191



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO



SURAT KETERANGAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 1217/II.3.AU/F/UPI-UK/2020

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : LULU ZAKIYAH
NPM : 16610191
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul :

PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN HEDONIK SHOPPING TERHADAP IMPULSE BUYING DARI PENJUALAN ONLINE DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI PADA MAHASISWA FEB UM METRO)

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Tumitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan tertampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 23 Juni 2020
Unit,

Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.
NIDN. 0224018703

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota
Metro, Lampung, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
E-mail: upi.ummetro@gmail.com

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
ABSTRAK.....	iv
RINGKASAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vii
HALAMAN PENGESAHAN	viii
PERNYATAAN ORISINALITAS	ix
UJI PLAGIAT.....	x
MOTTO	xi
PERSEMBAHAN.....	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Asumsi Penelitian	8
F. Ruang Lingkup Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN Literatur	9
A. Kajian Literatur	9
1. Pemasaran	9
2. <i>Digital Market Media Sosial</i>	14
3. Prilaku Konsumen	16
4. <i>Shopping Lifestyle</i>	19

5. Hedonic Shopping	21
6. Impulse Buying	25
B. Penelitian yang Relevan	29
C. Kerangka Pemikiran	31
D. Hipotesis Penelitian	31
E. Saran	34
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Desain Penelitian	34
B. Tahapan Penelitian	34
C. Definisi Operasional Variabel	35
1. Variabel Bebas	35
2. Variabel Terikat	36
D. Teknik pengumpulan Data	37
1. Dokumentasi	37
2. Kuesioner	37
E. Instrumen Penelitian	38
F. Teknik Analisis Data	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	46
1. Sejarah Instagram	46
2. Logo Instagram	47
B. Hasil Penelitian	48
1. Pengujian Persyaratan Instrumen	48
a. Uji Validitas	48
b. Uji Reliabilitas	51
2. Pengujian Persyaratan Analisis untuk Regresi	53
a. Uji Normalitas	53
b. Analisis Linier Berganda	54
c. Uji Linieritas	55
3. Pengujian Hipotesis	57
a. Uji T	57
b. Uji F	58
c. R Determinasi	59

4. Hipotesis Statistik.....	60
C. Pembahasan.....	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. Simpulan.....	64
B. Saran.....	64
2.1 Penelitian Yang Relevan.....	30
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	69
4.1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Shopping Lifestyle</i>	49
4.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Hedonic Shopping</i>	50
4.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Impulse Buying</i>	51
4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Shopping Lifestyle</i>	52
4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Hedonic Shopping</i>	52
4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Impulse Buying</i>	53
4.7 Hasil Uji Normalitas.....	53
4.8 Hasil Analisis Linier Berganda.....	54
4.9 Hasil Uji Linearitas X1 Terhadap Y.....	56
4.10 Hasil Uji Linearitas X2 Terhadap Y.....	56
4.11 Hasil Uji T.....	57
4.12 Hasil Uji F.....	58
4.13 Hasil Uji F.....	59
4.14 Hasil Hipotesis Statistik X ₁ Terhadap Y.....	60
4.15 Hasil Hipotesis Statistik X ₂ Terhadap Y.....	60
4.16 Hasil Pengujian Hipotesis Statistik secara Simultan.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1.1 Data Prasurvei Pembelian Tidak Terencana	2
2.1 Penelitian Yang Relevan	30
3.1 Definisi variabel dan indicator.....	38
3.3 Butir Angket	40
4.1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Shopping Lifestyle</i>	49
4.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Hedonic Shopping</i>	50
4.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Impulse Buying</i>	51
4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Shopping Lifestyle</i>	52
4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Hedonic Shopping</i>	52
4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Impulse Buying</i>	53
4.7 Hasil Uji Normalitas	53
4.8 Hasil Analisis Linier Berganda.....	54
4.9 Hasil Uji Linieritas X1 Terhadap Y.....	56
4.10 Hasil Uji Linieritas X2 Terhadap Y.....	56
4.11 Hasil Uji T.....	57
4.12 Hasil Uji F.....	58
4.13 Hasil Uji F.....	59
4.14 Hasil Hipotesis Statistik X_1 Terhadap Y.....	60
4.15 Hasil Hipotesis Statistik X_2 Terhadap Y.....	60
4.16 Hasil Pengujian Hipotesis Statistik secara Simultan.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
2.1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 2.2 Pengisian Kuesioner	71
Gambar 2.3 Kuesioner Shopping Lifestyle (X ₁)	72
Gambar 2.4 Kuesioner Hedonic Shopping (X ₂)	74
Gambar 2.5 Kuesioner Impulse Buying (Y)	76
Gambar 2.6 Data Kuesioner Shopping Lifestyle (X ₁)	78
Gambar 2.7 Data Kuesioner Hedonic Shopping (X ₂)	81
Gambar 2.8 Data Kuesioner Impulse Buying (Y)	83
Gambar 2.9 Hasil Data Jawaban Kuesioner	87
Gambar 2.10 Uji Validitas X ₁	90
Gambar 2.11 Uji Validitas X ₂	92
Gambar 2.12 Uji Validitas Y	94
Gambar 2.13 Uji Reliabel X ₁	95
Gambar 2.14 Uji Reliabel X ₂	97
Gambar 2.15 Uji Reliabel Y	98
Gambar 2.16 Hasil Uji Normalitas	99
Gambar 2.17 Hasil Analisis Regresi Berganda	100
Gambar 2.18 Hasil Uji Linearitas X ₁ Terhadap Y	101
Gambar 2.19 Hasil Uji Linearitas X ₂ Terhadap Y	102
Gambar 2.20 Hasil Uji F	103
Gambar 2.21 Hasil Uji t	104
Gambar 2.22 Hasil Uji R ²	105

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	
1. Permohonan Pengisian Kuesioner	70
2. Petunjuk Pengisian Kuesioner.....	71
3. Kuesioner <i>Shopping Lifestyle</i> (X_1)	72
4. Kuesioner <i>Hedonic Shopping</i> (X_2).....	74
5. Kuesioner <i>Impulse Buying</i> (Y)	76
6. Data Kuisisioner <i>Shopping Lifestyle</i> (X_1)	78
7. Data Kuisisioner <i>Hedonic Shopping</i> (X_2)	81
8. Data Kuisisioner <i>Impulse Buying</i> (Y).....	83
9. Total Data Jawaban Kuisisioner.....	87
10. Hasil Uji Validitas X_1	90
11. Hasil Uji Validitas X_2	92
12. Hasil Uji Validitas Y	94
13. Hasil Uji Reliabel X_1	96
14. Hasil Uji Reliabel X_2	97
15. Hasil Uji Reliabel Y	98
16. Hasil Uji Normalitas.....	99
17. Hasil Analisis Regresi Berganda	100
18. Hasil Uji Linieritas X_1 Terhadap Y	101
19. Hasil Uji Linieritas X_2 Terhadap Y	102
20. Hasil Uji T	103
21. Hasil Uji F	104
22. Hasil R^2	105