

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVES*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA
MAHASISWA PENGGUNA APLIKASI *E-*
*COMMERCE SHOPEE***



Indah Khoirunisa

4915163917

**Skripsi ini ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ILMU

PENGETAHUAN SOSIAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

ABSTRAK

Indah Khoirunisa, Pengaruh *Hedonic Shopping Motives* Terhadap *Impulse Buying* pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi *E-Commerce* Shopee. Skripsi. Jakarta: Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Jakarta. 2021

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Hedonic Shopping Motives* terhadap *Impulse Buying* pada mahasiswa Pendidikan IPS angkatan 2016 dan 2017 pengguna aplikasi *E-commerce* Shopee. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya pengguna aplikasi *E-commerce* Shopee dikalangan mahasiswa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan IPS angkatan 2016 dan 2017. Berdasarkan hasil penelitian dengan uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa nilai *R square* sebesar 0,435 hal ini membuktikan bahwa, variabel *hedonic shopping motives* berpengaruh terhadap *impulse buying* sebesar 43,5% sementara 56,5% sisanya merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Hal tersebut juga diperkuat oleh hasil analisis uji-t yang diperoleh $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ 9,947 > 1,978. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *hedonic shopping motives* berpengaruh terhadap *impulse buying* pada mahasiswa pengguna aplikasi *e-commerce* Shopee.

Kata Kunci: *hedonic shopping motives, impulse buying, e-commerce*

ABSTRACT

Indah Khoirunisa, *The Influence Of Hedonic Shopping Motives on Impulse Buying to The Students Who Uses Shopee E-Commerce Application. Essay. Jakarta: Social Science Education, Faculty of Social Science, State University of Jakarta. 2021*

This study aims to analyze the influence of Hedonic Shopping Motives on Impulse Buying at Social Science Education students class of 2016 and 2017 who uses Shopee E-commerce Application. This research was motivated by the increasing number of Shopee E-commerce users among the students. The method used in this research is quantitative research methods with the sampling technique used is purposive sampling. The population used in this study were students of Social Science Education class of 2016 and 2017. Based on the results of the research with simple linear regression test, it shows that the R square value is 0,435 which shows that the variable hedonic shopping motives effect on impulse buying is 43.5% while the remaining 56.5% is the contribution of the other variables that not included in this study. This is also confirmed by the results of the t-test analysis obtained by the $t\text{-test } 9,947 > t\text{-table } 1,978$. So it can be concluded that the variable hedonic shopping motives has an influence on impulse buying among Social Science Education students who uses Shopee E-commerce Application.

keywords: *hedonic shopping motives, impuse buying, e-commerce*

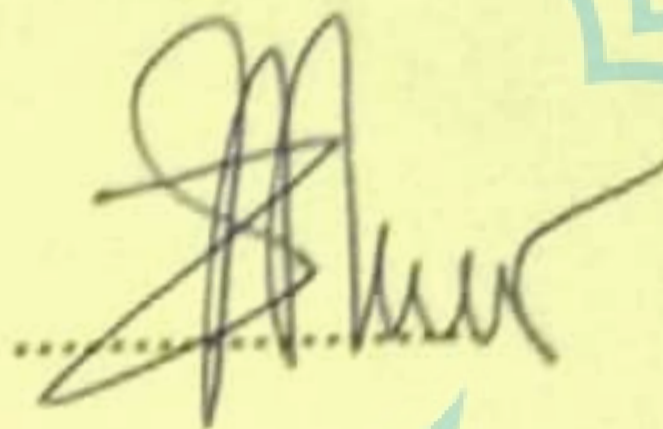
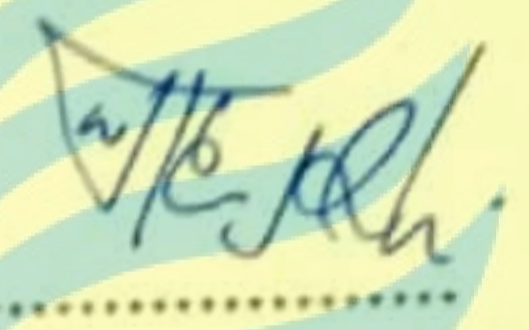


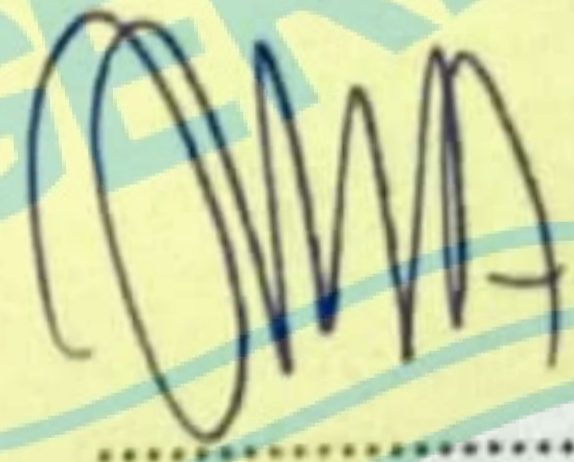
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab/Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta



Dr. Umasih, M.Hum
NIP. 196101211990032001

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Martini, S.H., M.H</u> NIP. 197103031998032001 Ketua		16 Februari 2021
2.	<u>Nova Scoviana H., S.Pd., M.A</u> NIP. 198411132015042001 Sekretaris		20 Februari 2021
3.	<u>Dr. Abdul Haris Fatgehipon, M.Si</u> NIP. 197307281998031002 Penguji Ahli		9 Februari 2021
4.	<u>Dr. Dian Alfia Purwandari, S.E, M.Si</u> NIP. 197808152008012015 Dosen Pembimbing I		16 Februari 2021
5.	<u>Nandi Kurniawan, S.Pd., M.Si</u> NIDK. 8874090018 Dosen Pembimbing II		19 Februari 2021

Tanggal Kelulusan: 2 Februari 2021

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.

Nama : Indah Khoirunisa

No. Registrasi : 4915163917

Program Studi : Pendidikan IPS

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul "**Pengaruh *Hedonic Shopping Motives* terhadap *Impulse Buying* pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi *E-commerce* Shopee.**"

1. Dibuat dan diselesaikan berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang timbul jika pernyataan saya tidak benar.

Jakarta, 2 Februari 2021

Yang membuat pernyataan



Indah Khoirunisa

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indah Khoirunisa
No. Registrasi : 4915163917
Program Studi : Pendidikan IPS
Jurusan/Fakultas : Pendidikan IPS/Ilmu Sosial
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Negeri Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

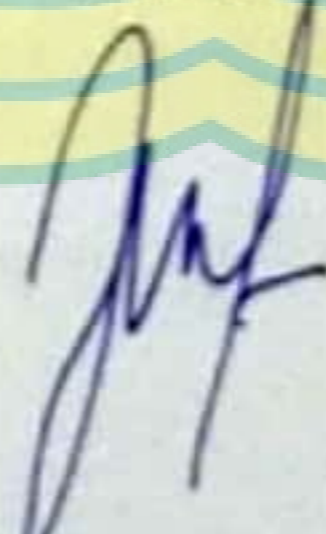
“Pengaruh *Hedonic Shopping Motives* terhadap *Impulse Buying* pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi *E-commerce Shopee*”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Non Eksklusif ini Universitas Negeri Jakarta berhak untuk menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasi skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 2 Februari 2021

Penulis



(Indah Khoirunisa)

4915163917



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Indah Khoirunisa
NIM : 4915163917
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial / Pendidikan IPS
Alamat email : indah.kho@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Impulse Buying Pada
Mahasiswa Pengguna Aplikasi E-Commerce Shopee

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta 23 Februari 2021

Penulis

(Indah Khoirunisa
nama dan tanda tangan)

MOTTO & PERSEMBAHAN

“There is no shortcut in life. If you wanna give up there is millions of reason, but at the end of the day you need only one reason to tell you to keep going.

Just one reason is enough.” – Jackson Wang



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk Mama dan Bapak. Atas segala perjuangannya dalam membesarkan dan merawat saya hingga saat ini. Tak lupa saudara-saudara saya Riyo, Rosy, dan Rifa yang secara tidak langsung selalu memberikan semangat pada saya. Tentunya juga untuk diri saya sendiri yang sudah berjuang hingga saat ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Hedonic Shopping Motives* terhadap Perilaku *Impulse Buying* pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi *E-commerce* Shopee.” Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.

Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang Penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Umasih, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Desy Safitri, M.Si selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Dian Alfia Purwandari, M.Si selaku dosen pembimbing I, yang telah banyak memberikan bantuan, saran, motivasi, dan meluangkan waktunya untuk membimbing Saya dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Nandi Kurniawan, S.Pd, M.Si selaku dosen pembimbing II, yang telah memberikan pengarahan, saran, dan bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing Saya dalam menyusun skripsi dari awal hingga akhir

5. Tim Dosen Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Negeri Jakarta yang telah banyak melimpahkan ilmunya kepada Saya sebagai bekal di masa yang akan datang.
6. Keluarga Penulis, Mama, Bapak, Riyo, Rosy, dan Rifa, yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan moril serta materil selama Penulis mengenyam pendidikan.
7. Sahabat-sahabat SMA, Lutfia, Handini, dan Ike yang selalu memberikan semangat kepada satu sama lain untuk selalu berjuang dan saling menghibur disetiap pertemuan.
8. Sahabat-sahabat Saya, Nina, Paradiba, Fitria, Nurmala Pratiwi, Ratna, dan Afif, yang selalu mendengarkan cerita satu sama lain dan memberi dukungan kepada Saya.
9. Teman-teman PKM, Aria, Nila, dan Pandu yang telah memberikan banyak pengalaman menyenangkan selama PKM berlangsung.
10. Sahabat-sahabat SMP, Riana dan Dhesta yang selalu memberikan semangat dan menghibur Saya disetiap pertemuan dengan candaannya.
11. Teman-teman P. IPS B 2016 dan P. IPS 2016 yang selama 4 tahun berjuang dalam mengikuti perkuliahan di Program Studi Pendidikan IPS FIS UNJ.
12. Teman- Teman Organisasi BLMP IPS 2018-2019 memberikan kepercayaan kepada Saya menjadi Kepala Komisi I Pengawasan.
13. Seluruh pihak yang telah membantu dalam melancarkan penelitian ini yang tidak bisa Saya sebutkan satu persatu, namun Saya sangat berterima kasih dan menghargai segala bentuk bantuan yang sudah diberikan.

14. GOT7, Im Jaebeom, Mark Tuan, Jackson Wang, Park Jinyoung, Choi Youngjae, Bambam, Kim Yugyeom yang telah memberikan energi positif kepada Penulis melalui setiap lagu dan *video*-nya yang selalu menemani Penulis selama penulisan skripsi ini. G-O-T-7 JJAI! GOT7 FOREVER!

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi Penulis juga bagi para pembaca. Akhir kata, Penulis mengucapkan terima kasih telah mem

Jakarta, 2 Februari 2021

Penulis
Indah Khoirunisa



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO & PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Kegunaan Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Deskripsi Teori	10
1. Hakekat <i>Hedonic Shopping Motives</i>	10
2. Hakekat <i>Impluse Buying</i>	14
3. Hakekat Aplikasi	16
4. Hakekat <i>E-Commerce</i>	17
5. Hakekat Mahasiswa IPS	18
6. Gambaran Umum Shopee	19
7. Penelitian Yang Relevan	21
B. Kerangka Berpikir	22
C. Pengajuan Hipotesis	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
A. Tujuan Penelitian	24

B.	Metode dan Desain Penelitian.....	24
C.	Tempat dan Waktu Penelitian	25
D.	Populasi dan Sampel	25
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	27
F.	Instrumen Penelitian.....	27
G.	Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV	42
A.	Deskripsi Lokasi Penelitian.....	42
B.	Karakteristik Responden	43
C.	Deskripsi Data Variabel X dan Y.....	44
D.	Pengujian Prasyarat Analisis.....	50
E.	Pengujian Hipotesis.....	52
F.	Pembahasan Hasil Penelitian	55
G.	Keterbatasan Penelitian.....	58
BAB V	59
A.	Kesimpulan	59
B.	Implikasi.....	59
C.	Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	66
RIWAYAT HIDUP PENULIS	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....	21
Tabel 3.1 Bobot Nilai Pilihan Jawaban.....	28
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen <i>Hedonic Shopping Motives</i>	29
Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen <i>Impulse Buying</i>	30
Tabel 3.4 Instrumen <i>Hedonic Shopping Motives</i>	30
Tabel 3.5 Instrumen <i>Impulse Buying</i>	32
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas <i>Hedonic Shopping Motives</i>	34
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas <i>Impulse Buying</i>	35
Tabel 3.8 Hasil Uji Reabilitas.....	36
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Angkatan.....	43
Tabel 4.3 Deskripsi Data <i>Hedonic Shopping Motives</i>	45
Tabel 4.4 Skor hasil Data <i>Hedonic Shopping Motives</i>	46
Tabel 4.5 Deskripsi Data <i>Impulse Buying</i>	49
Tabel 4.6 Skor Hasil Data <i>Impulse Buying</i>	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas.....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Homogenitas.....	52
Tabel 4.10 Output Koefisien Determinasi.....	53
Tabel 4.11 Hasil Output <i>Coefficient</i>	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir23

Gambar 4.1 Peta Lokasi Penelitian42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Uji Coba	67
Lampiran 2: Hasil Uji Coba Instrumen	71
Lampiran 3: Kuesioner Penelitian	75
Lampiran 4: Data Hasil Penelitian	78
Lampiran 5: Rekapitulasi Data	90
Lampiran 6: Dokumentasi	94

