

**PENGARUH *FLOW EXPERIENCE*, *PERCEIVED ENJOYMENT*,
PRICE PERCEPTION TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
DALAM FITUR *LIVE SHOPPING* TIKTOK PADA GENERASI
Z DKI JAKARTA**



Intelligentia - Dignitas

Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

Oleh :

ANDINI DESTYANINGRUM

NIM : 1707622002

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2026

***THE INFLUENCE OF FLOW EXPERIENCE, PERCEIVED
ENJOYMENT, AND PRICE PERCEPTION ON IMPULSIVE
BUYING IN TIKTOK LIVE SHOPPING FEATURES ON
GENERATION Z IN JAKARTA***



Intelligentia - Dignitas

*The Thesis is Written as One of The Requirement to Obtaining a Bachelor of
Education in Faculty of Economics and Business State University of Jakarta*

By :

ANDINI DESTYANINGRUM

Student ID : 1707622002

BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
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 : Andini Destyaningrum
NIM : 1707622002
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Pendidikan Bisnis
Alamat email : destyandini21@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 *Flow Experience*, *Perceived Enjoyment*, *Price Perception* terhadap *Impulsive Buying* dalam fitur *Live Shopping* TikTok pada Generasi Z di Jakarta

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, 24 Juli 2026

Penulis

(Andini Destyaningrum)

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR BENTUK : SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Andini Destyaningrum
NIM : 1707622002
Program Studi/Fakultas : S1 Pendidikan Bisnis/Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul Penelitian : Pengaruh *Flow Experience*, *Perceived Enjoyment*, *Price Perception* terhadap *Impulsive Buying* dalam Fitur *Live Shopping* Tiktok pada Generasi Z di Jakarta

Ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan *Lulus/ Tidak Lulus**
Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 30 Juni 2026

Tim Penguji,

Ketua	Prof. Dr. Corry Yohana, MM	
	NIP. 195909181985032011	
Sekretaris	Rizka Zakiah, M.Pd.	
	NIP. 199401182023212040	
Penguji Ahli	Sefrimel Angriani ZN, S.E., M. Han	
	NIP. 199509112024062002	
Pembimbing 1	Dr. Annisa Lutfia, M.Pd.	
	NIP. 198802142022032001	
Pembimbing 2	Bagus Kharismawan, S.Si, M.A.B.	
	NIP. 199110212024061001	

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis,


Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.
NIDN. 0027067204


Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D.
NIDN. 0008098205

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Nama Mahasiswa : Andini Destyaningrum
NIM : 1707622002
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul TA : Pengaruh *Flow Experience*, *Perceived Enjoyment*, *Price Perception* terhadap *Impulsive Buying* dalam fitur *Live Shopping* TikTok pada Generasi Z di Jakarta

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya tulis ilmiah ini.

Jakarta, 24 Juli 2026

Yang menyatakan,



Andini Destyaningrum
NIM. 1707622002

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
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 : Andini Destyaningrum
NIM : 1707622002
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Pendidikan Bisnis
Alamat email : destyandini21@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 *Flow Experience*, *Perceived Enjoyment*, *Price Perception* terhadap *Impulsive Buying* dalam fitur *Live Shopping* TikTok pada Generasi Z di Jakarta

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, 24 Juli 2026

Penulis

(Andini Destyaningrum)

ABSTRAK

ANDINI DESTYANINGRUM. Pengaruh *Flow Experience*, *Perceived enjoyment*, dan *Price Perception* Terhadap *Impulsive buying* Dalam Fitur *Live shopping* TikTok Pada Generasi Z DKI Jakarta. Program Studi S1 Pendidikan Bisnis. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Negeri Jakarta. 2026.

Perubahan perilaku konsumen ke arah ekosistem digital telah mendorong popularitas fitur *Live shopping* TikTok yang mengintegrasikan hiburan dan perdagangan interaktif secara bersamaan. Adanya interaksi dan promosi yang intens di dalam siaran langsung tersebut sering kali memicu penontonnya untuk melakukan pembelian secara spontan atau *impulsive buying*, terutama bagi Generasi Z di DKI Jakarta yang dikenal sebagai pengguna media sosial paling aktif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *flow experience*, *perceived enjoyment*, dan *price perception* terhadap *impulsive buying* dalam fitur *Live shopping* TikTok pada Generasi Z DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *survey research*. Sampel penelitian terdiri dari Generasi Z yang berdomisili di DKI Jakarta dengan kriteria pernah menyaksikan atau berbelanja melalui *Live shopping* TikTok, yang diperoleh melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *flow experience* dan *price perception* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*, sedangkan *perceived enjoyment* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian impulsif pada Generasi Z saat berinteraksi di siaran langsung TikTok lebih didorong oleh faktor keterlibatan psikologis yang mendalam dan kefokusannya pengguna selama menonton (*flow experience*), serta persepsi harga produk yang kompetitif, dibandingkan sekadar rasa senang atau terhibur saat menyaksikan konten siaran. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi para pelaku bisnis digital dan kreator konten dalam merancang strategi pemasaran serta pengelolaan interaksi siaran langsung yang lebih efektif dalam mendorong keputusan belanja konsumen.

Kata Kunci: *Flow Experience*, *Perceived enjoyment*, *Price Perception*, *Impulsive buying*, *Live shopping* TikTok, Generasi Z.

ABSTRACT

ANDINI DESTYANINGRUM. *The Influence of Flow Experience, Perceived enjoyment, and Price Perception on Impulsive buying in TikTok Live shopping Features Among Generation Z in DKI Jakarta. Business Education Study Program. Faculty of Economics and Business. Universitas Negeri Jakarta. 2026.*

Changes in consumer behavior toward the digital ecosystem have driven the popularity of TikTok's Live shopping feature, which integrates entertainment and interactive commerce simultaneously. The intense interaction and promotion within these live broadcasts often trigger viewers to make spontaneous or impulsive purchases, particularly among Generation Z in DKI Jakarta, who are known as the most active social media users. This study aims to analyze the influence of flow experience, perceived enjoyment, and price perception on impulsive buying in TikTok Live shopping features among Generation Z in DKI Jakarta. This research employs a quantitative approach using survey research methods. The research sample consists of Generation Z residing in DKI Jakarta who have watched or shopped through TikTok Live shopping, obtained through purposive sampling techniques. Data were collected using questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis. The results show that flow experience and price perception have a positive and significant effect on impulsive buying, while perceived enjoyment has no significant effect on impulsive buying. These findings indicate that impulsive purchasing decisions among Generation Z when interacting with TikTok live broadcasts are driven more by deep psychological engagement and the user's focus while watching (flow experience), as well as the perception of competitive product pricing, rather than merely a sense of pleasure or entertainment while watching the broadcast content. This research is expected to serve as a reference for digital business practitioners and content creators in designing more effective marketing strategies and live broadcast interaction management to encourage consumer purchasing decisions.

Keywords: *Flow Experience, Perceived enjoyment, Price Perception, Impulsive buying, TikTok Live shopping, Generation Z.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil‘alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Flow Experience*, *Perceived enjoyment*, *Price Perception* terhadap *Impulsive Buuying* dalam *Live shopping* TikTok pada Generasi Z di Kota Jakarta”.

Perjalanan dalam menyusun skripsi ini merupakan proses yang penuh makna dalam kehidupan akademik penulis. Berbagai tantangan, hambatan, rasa lelah, dan keraguan mewarnai setiap tahap penyusunannya. Tidak jarang penulis berada pada titik terberat yang membuat keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri mulai goyah. Namun, setiap tantangan dan kesulitan yang dilalui memberikan pelajaran berharga yang membentuk ketangguhan serta keyakinan untuk terus melangkah dan menyelesaikan setiap proses dengan sebaik-baiknya.

Skripsi ini dapat terselesaikan bukan hanya karena usaha penulis semata, tetapi juga berkat doa, dukungan, serta bimbingan tulus dari berbagai pihak yang menjadi sumber kekuatan bagi penulis untuk terus bertahan hingga penelitian ini selesai dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Untuk Bapak dan mamah, dua orang yang selalu menjadi alasan penulis untuk terus bertahan dan berjuang. Sebagai anak satu-satunya, penulis tahu betapa besar harapan yang ditiptkan di pundak ini, dan betapa banyak pengorbanan

yang telah diberikan tanpa pernah mengeluh. Terima kasih telah selalu ada, di setiap doa yang terucap, di setiap air mata yang tak terlihat, dan di setiap harapan yang tak pernah padam. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai bukti kecil bahwa segala kerja keras dan pengorbanan itu tidak pernah sia-sia.

2. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D., selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Dr. Annisa Lutfia, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing 1 dan Bapak Bagus Kharismawan, S.Si., M.A.B. selaku Dosen Pembimbing II, atas kesabaran, bimbingan, serta masukan berharga yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, khususnya Dosen Program Studi Pendidikan Bisnis, yang telah memberikan banyak ilmu dan wawasan berharga kepada penulis selama masa studi.
6. Untuk Lulu, sahabat yang telah menemani perjalanan penulis sejak awal perkuliahan hingga sampai pada titik ini. Terima kasih karena selalu hadir sebagai tempat berbagi cerita serta keluh kesah selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena selalu memobersamai, penulis dalam setiap keadaan. Penulis sangat bersyukur dapat memiliki sahabat seperti lulu selama perkuliahan ini. Terima kasih karena telah menjadi tempat pulang yang hangat, tempat penulis merasa diterima, didengar, dan dikuatkan di tengah berbagai tantangan yang dihadapi.

7. Untuk Maria, terima kasih karena selalu menjadi pendengar yang baik dan tempat bercerita yang nyaman bagi penulis dalam berbagai kondisi. Terima kasih atas dukungan, semangat, energi positif, serta keceriaan yang selalu diberikan selama perjalanan perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini
8. Untuk Ale, Fara, Mardinda, Mayla, Fitri, dan Firman terima kasih telah menjadi sahabat yang selalu memberikan dukungan, doa, dan energi positif sepanjang perjalanan penyusunan skripsi ini. Terima kasih juga untuk setiap momen kebersamaan yang membuat proses penyusunan skripsi ini terasa lebih menyenangkan.
9. Untuk Ahmad, terima kasih karena selalu hadir dan bersedia meluangkan waktu untuk membantu penulis ketika menghadapi berbagai kendala selama penyusunan skripsi ini.
10. Terima kasih kepada Chika, teman seperjuangan yang telah menemani selama proses penyusunan skripsi ini. Dan Syarif, teman seperbimbingan yang telah banyak membantu serta saling mendukung selama perjalanan penyusunan penelitian ini.
11. Untuk Novi, Najlaa, Andin, Nisa, dan Keisya, sahabat-sahabat diluar kampus, terima kasih atas segala doa dan dukungan yang diberikan. Keceriaan dan kebersamaan kalian menjadi penyemangat bagi penulis selama menyusun skripsi ini.
12. Untuk seluruh teman-teman Departemen Sosma, Kak Risda, Kak Varrel, Nessa, Endah, Ica, Aini, Devina, dan Rifandi, terima kasih atas segala

dukungan dan kebersamaan yang telah terjalin. Kehadiran kalian menjadi salah satu penyemangat bagi penulis selama menjalani proses ini.

13. Terima kasih kepada teman-teman PB-A-2022, yang telah menemani dan mendukung penulis dari awal perkuliahan hingga berada di penghujung masa studi
14. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, Terimakasih atas bantuan dan dukungan yang diberikan.
15. Dan yang terakhir, untuk diriku sendiri. Terima kasih karena telah memilih untuk tetap berjuang di setiap keadaan meskipun sering kali merasa lelah. Terima kasih telah percaya bahwa semua proses ini pasti akan menemukan akhirnya.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan penelitian selanjutnya. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.

Jakarta, 19 Juni 2026

Penulis



Andini Destyaningrum

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	17
1.4.1 Manfaat Teoritis	17
1.4.2 Manfaat Praktis	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	20
2.1 Teori Pendukung	20
2.1.1 Teori <i>Stimulus-Organism-Response</i> (SOR).....	20
2.1.2 <i>Impulsive buying</i>	22
2.1.3 <i>Flow experience</i>	26
2.1.4 <i>Perceived enjoyment</i>	28
2.1.5 <i>Price Perception</i>	30
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	33
2.2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	33

2.2.2	Pengaruh <i>Flow Experience</i> terhadap <i>Impulsive buying</i>	38
2.2.3	Pengaruh <i>Perceived enjoyment</i> terhadap <i>Impulsive buying</i>	40
2.2.4	Pengaruh <i>Price Perception</i> terhadap <i>Impulsive buying</i>	43
2.2.5	Kerangka Teori dan Perumusan Hipotesis	45
BAB III	METODE PENELITIAN	46
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	46
3.2	Desain Penelitian	47
3.3	Populasi dan Sampel	48
3.3.1	Populasi	48
3.3.2	Sampel	48
3.4	Pengembangan Instrumen	50
3.4.1	<i>Flow experience</i>	50
3.4.2	<i>Perceived enjoyment</i>	52
3.4.3	<i>Price Perception</i>	53
3.4.4	<i>Impulsive buying</i>	55
3.4.5	<i>Skala Pengukuran</i>	57
3.5	Teknik Pengumpulan Data	58
3.6	Teknik Analisis Data	59
3.6.1	Analisis Deskriptif	60
3.6.2	Uji Kualitas Instrumen	61
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	63
3.6.4	Analisis Regresi Linear Sederhana	65
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	69
4.1	Analisis Deskriptif Data	69
4.1.1	Profil Responden	69
4.2	Hasil Analisis Data	76
4.2.1	Profil Data	76
4.2.2	Uji Kualitas Instrumen	86
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	91
4.3	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana dan Uji t (parsial)	96

4.4	Koefisien Determinasi (R^2).....	99
4.5	Pembahasan.....	101
4.5.1	Pengaruh <i>Flow Experience</i> terhadap <i>Impulsive buying</i>	101
4.5.2	Pengaruh <i>Perceived enjoyment</i> terhadap <i>Impulsive buying</i>	104
4.5.3	Pengaruh <i>Price Perception</i> terhadap <i>Impulsive buying</i>	108
BAB V	PENUTUP	111
5.1	Kesimpulan	111
5.2	Implikasi	112
5.2.1	Implikasi Teoritis	112
5.2.2	Implikasi Praktis	115
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	117
5.4	Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya	118
DAFTAR PUSTAKA		120
LAMPIRAN – LAMPIRAN		127



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Durasi Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2025	6
Gambar 2.2 Kerangka Teori Konseptual.....	45
Gambar 4.3 Hasil Uji Normal P-P Plot.....	93
Gambar 4.4 Hasil Uji <i>Scatterplot</i>	95



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2025	3
Tabel 1.2 10 Kota Pengguna Tiktok Terbanyak di Indonesia	8
Tabel 2.3 Hasil Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian.....	46
Tabel 3.5 Instrumen Variabel <i>Flow Experience</i>	51
Tabel 3.6 Instrumen Variabel <i>Perceived enjoyment</i>	52
Tabel 3.7 Instrumen Variabel <i>Price Perception</i>	54
Tabel 3.8 Instrumen Variabel <i>Impulsive buying</i>	56
Tabel 3.9 Skala <i>Likert</i>	58
Tabel 4.10 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4.11 Profil Responden berdasarkan Usia	71
Tabel 4.12 Profil Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	72
Tabel 4.13 Profil Responden berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	73
Tabel 4.14 Profil Responden berdasarkan Domisili.....	74
Tabel 4.15 Profil Responden Pengalaman Pengguna.....	75
Tabel 4.16 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	76
Tabel 4.17 Analisis Deskriptif <i>Impulsive buying</i>	77
Tabel 4. 18 Analisis Deskriptif <i>Flow Experience</i>	80
Tabel 4.19 Analisis Deskriptif <i>Perceived enjoyment</i>	81
Tabel 4.20 Analisis Deskriptif <i>Price Perception</i>	84
Tabel 4.21 Uji Validitas Sampel Pendahuluan	87

Tabel 4.22 Uji Validitas Sampel Akhir.....	88
Tabel 4.23 Uji Reliabilitas Sampel Pendahuluan.....	90
Tabel 4.24 Uji Reliabilitas Sampel Akhir	90
Tabel 4.25 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	92
Tabel 4.26 Hasil Uji Multikolinearitas.....	94
Tabel 4.27 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	96
Tabel 4.28 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	100



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Persetujuan Sidang Skripsi.....	127
Lampiran 2. Surat Persetujuan Seminar Proposal Skripsi	128
Lampiran 3. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi.....	129
Lampiran 4. Kartu Konsultasi Bimbingan Seminar Proposal.....	129
Lampiran 5. Saran dan Perbaikan Sidang Skripsi.....	130
Lampiran 6. Saran dan Perbaikan Seminar Proposal Skripsi.....	131
Lampiran 7. LoA Bukti Penerbitan Artikel Ilmiah.....	132
Lampiran 8. Kuisioner Penelitian	133
Lampiran 9. Tabulasi Data Jawaban Penelitian	139
Lampiran 10. Hasil Turnitin.....	143
Lampiran 11. Riwayat Hidup Penulis	144