

**PENGARUH GAYA HIDUP HEDONISME, HARGA DISKON
DAN KUALITAS WEBSITE TERHADAP PERILAKU
PEMBELIAN IMPULSIF GENERASI Z PADA
MARKETPLACE SHOPEE
(Studi Kasus Generasi Z Pengguna Shopee Di Cikarang Barat)**

SKRIPSI



OLEH:
MOHAMAD RIFAI
NIM : 112010980

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH GAYA HIDUP HEDONISME, HARGA DISKON
DAN KUALITAS WEBSITE TERHADAP PERILAKU
PEMBELIAN IMPULSIF GENERASI Z PADA
MARKETPLACE SHOPEE
(Studi Kasus Generasi Z Pengguna Shopee Di Cikarang Barat)**

Diajukan kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



**OLEH:
MOHAMAD RIFAI
NIM : 112010980**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama Mahasiswa : Mohamad Rifai

NIM : 112010980

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme, Harga Diskon, Dan Kualitas Website Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Generasi Z Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Generasi Z Pengguna Shopee Di Cikarang Barat)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 29 juli 2024

Pembimbing,



Dr. Yunita Ramadhani RDS.,S.E.,M.Sc

0406068402

SKRIPSI

**PENGARUH GAYA HIDUP HEDONISME, HARGA DISKON DAN
KUALITAS WEBSITE TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF
GENERASI Z PADA MARKETPLACE SHOPEE
(Studi Kasus Generasi Z Pengguna Shopee Di Cikarang Barat)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:
Mohamad Rifai
112010980

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

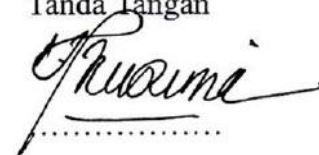
Ketua Penguji,
Karyono, S.E., M.Pd., M.M
NIDN: 0419097102

Tanda Tangan



Anggota Penguji
Dadang Heri Kusumah, S.IP., M.Si
NIDN: 0429116401

Tanda Tangan



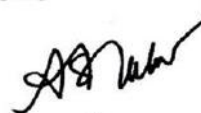
Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.
NIDN: 0406068402

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M.
NIDN: 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mohamad Rifai
NIM : 112010980
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 29 Juli 2024

Tanda tangan,



SEKULUH RIBU RUPIAH
1000
METERAI TEMPEL
F24AJX490335989

Mohamad Rifai

MOTO DAN PERSEMBAHAN

” Sesungguhnya Allah SWT tidak akan merubah keadaan suatu kaum sampai mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

(QS. Ar- Ra'd : 11)

” Dan bahwa seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya”

(QS. An- Najm : 39)

Karya ini dipersembahkan untuk:

Langkah-langkah kecil menuju puncak kesuksesan, dipandu cahaya pengetahuan. Dengan mengucap puji syukur atas rahmat Allah SWT yang telah memberi kesehatan serta akal dalam penulisan skripsi ini hingga selesai. Skripsi ini saya persembahkan sebagai salah satu bukti cinta dan terimakasih kepada:

- Ayahanda Caryan, Ibunda Titi Rohayati, adik-adikku, keluargaku dan orang yang selalu mendoakan serta menginginkan yang terbaik untukku.
- Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan arahan, pengetahuan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga.
- Semua rekan-rekan dan sahabat ku yang telah memberikan dukungan serta semangat dalam penulisan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul ” Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme, Harga Diskon dan Kualitas Website Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Generasi Z Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Generasi Z Pengguna Shopee Di Cikarang Barat)”. Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr.Yunita Ramadhani RDS.,S.E.,M.Sc Selaku Dosen pembimbing sekaligus ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa yang telah membantu dan meluangkan waktu untuk bimbingan dan pengarahan dalam menyusun penulisan ini serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
2. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Pelita Bangsa.
3. Bapak Hamzah Muhammad Mardi Putra.,S.K.M.,M.M.,D.B.A. Selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
4. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa yang telah membimbing,mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Skripsi ini.
5. Orang tuaku tercinta Bapak Caryan dan Ibu Titi Rohayati yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan serta mendoakan penulis dengan penuh kesabaran, keteladanan, pengorbanan yang tidak terhingga.
6. Semua teman-teman satu bimbingan saya serta teman satu angkatan saya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa terima kasih

atas keakraban, diskusi, saran, dan semangat yang diberikan. Penulis selalu merindukan saat-saat diskusi bersama di masa perkuliahan.

7. Seluruh Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian tugas akhir/skripsi ini.
8. Semua responden generasi Z yang telah meluagkan waktu untuk mengisi kuesioner dalam penelitian skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 29 Juli 2024

Penulis,



Mohamad Rifai

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRACT	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Perilaku Pembelian Impulsif.....	9
2.1.1.1 Faktor-Faktor Perilaku Pembelian Impusif	9
2.1.1.2 Indikator Perilaku Impulsif.....	10
2.1.1.3 Tipe Pembelian Impulsif.....	10
2.1.2 Gaya Hidup Hedonisme	11
2.1.2.1 Faktor-Faktor Gaya Hidup Hedonisme	12
2.1.2.2 Indikator Gaya Hidup Hedonisme	13
2.1.3 Harga Diskon	13
2.1.3.1 Jenis-Jenis Diskon	14
2.1.3.2 Indikator Harga Diskon	15
2.1.4 Kualitas Website.....	15
2.1.4.1 Faktor-Faktor Kualitas Website	16
2.1.4.2 Indikator Kualitas Website.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	20
2.3.1 Hipotesis.....	20
2.3.2 Model Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	27

3.1.1	Jenis Penelitian.....	27
3.1.2	Waktu dan Tempat Penelitian.....	27
3.1.3	Desain penelitian.....	28
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
3.2.1	Definisi operasional.....	29
3.2.2	Pengukuran Variabel.....	32
3.3	Populasi dan Metode Pengambilan Sampel.....	32
3.4	Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4.1	Jenis dan Sumber Data.....	34
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5	Metode Analisis Data.....	35
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	35
3.5.2	Uji Instrumen.....	35
3.5.2.1	Uji Validitas.....	35
3.5.2.2	Uji Reabilitas.....	36
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.5.3.1	Uji Normalitas.....	36
3.5.3.2	Uji Multikolinearitas.....	36
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.5.4	Uji Regresi Linier Berganda.....	37
3.5.5	Uji Hipotesis.....	38
3.5.5.1	Uji Parsial/ Uji t.....	38
3.5.5.2	Uji Simultan/Uji f.....	38
3.5.5.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	38
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1	Hasil Penelitian.....	40
4.1.1	Deskripsi Data.....	40
4.1.1.1	Sejarah Shopee.....	40
4.1.1.2	Deskripsi Responden.....	40
4.1.1.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.1.1.4	Deskripsi responden berdasarkan pendidikan.....	41
4.1.1.5	Deskripsi responden berdasarkan pendapatan.....	42
4.1.1.6	Deskripsi Penelitian Variabel.....	42
4.2	Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis.....	43
4.2.1	Uji Analisis Instrumen Penelitian.....	43
4.2.1.1	Uji validitas.....	43
4.2.1.2	Uji Reabilitas.....	45
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	46
4.2.2.1	Uji Normalitas.....	46
4.2.2.2	Uji Multikolinearitas.....	48
4.2.2.3	Uji heterokedastisitas.....	49
4.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
4.2.4	Uji Hipotesis.....	52
4.2.4.1	Uji t (Parsial).....	52
4.2.4.2	Uji f Simultan.....	53
4.2.4.3	Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	54

4.2.5 Pembahasan.....	55
BAB V PENUTUP.....	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Waktu Kegiatan Penelitian	28
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	29
Tabel 3. 3 Skala Likert	32
Tabel 4. 1 Jenis kelamin responden.....	40
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	41
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	41
Tabel 4. 4 Pendapatan perbulan Responden.....	42
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup Hedonisme	44
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Harga Diskon.....	44
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Website	45
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Pembelian Impulsif	45
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reabilitas	46
Tabel 4. 10 Hasil Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	48
Tabel 4. 11 Hasil uji Multikolinearitas	49
Tabel 4. 12 Hasil Uji Gletser.....	50
Tabel 4. 13 Model regresi linier berganda.....	51
Tabel 4. 14 Hasil uji T (parsial).....	52
Tabel 4. 15 Hasil uji F (Simultan).....	54
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Data kunjungan e-commerce di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Preferensi Belanja Generasi Z.....	2
Gambar 1. 3 Data E-Commerce Favorit Dikalangan Anak Muda	3
Gambar 2. 1 Model Penelitian	25
Gambar 3. 1 Desain penelitian	28
Gambar 4. 1 Hasil Uji Probabilitas P. P Plot.....	47
Gambar 4. 2 Grafik Histogram.....	47
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heterokedastisitas	50

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Mapping Jurnal	66
Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 3 : Data Perolehan Kuesioner	77
Lampiran 4 : Hasil Uji Data	87
Lampiran 5 : Riwayat Hidup.....	94

***The Influence Of Hedonism Lifestyle, Discounted Prices And Website Quality
On The Impulsive Buying Behavior Of Generation Z On The Shopee
Marketplace
(Case Study of Generation Z Shopee Users in West Cikarang)***

Mohamad Rifai¹⁾
Yunita Ramadhani²⁾

Abstract

Technological developments make life faster and more practical. Generation Z, as the first social generation, grew up with access to the internet and digital technology from a young age. The emergence of e-commerce has changed the function and activities of buying and selling. Shopping activities have now become a lifestyle that can give rise to impulsive consumer behavior driven by individual lifestyles, discount prices and the quality of e-commerce websites. This research aims to examine the influence of a hedonistic lifestyle, discount prices and website quality on generation Z's impulsive buying behavior on Shopee. This research uses a quantitative approach with primary data. The research sample was taken using the accidental sampling method, with a questionnaire distributed to Generation Z in West Cikarang via Google Form as many as 96 respondents which were processed using SPSS version 25. The research results show that a hedonistic lifestyle has a significant influence on impulsive buying behavior with a calculated t value of $4.035 > t \text{ table } 1,662$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. Meanwhile, discount prices do not have a significant influence on impulsive buying behavior with a calculated t value of $-0.564 < t \text{ table } 1.662$ and a significance value of $0.574 > 0.05$. Website quality is also proven to have a significant influence with a calculated t value of $3,454 > t \text{ table } 1,662$ and a significance of $0.001 < 0.05$. Simultaneously hedonistic lifestyle, discount prices and website quality have a significant influence on impulsive buying behavior with a calculated F value of $28,781 > F \text{ table } 2.70$ and a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Impulsive Buying Behavior, Hedonism Lifestyle, Discount Prices, Website Quality.

**PENGARUH GAYA HIDUP HEDONISME, HARGA DISKON DAN
KUALITAS WEBSITE TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF
GENERASI Z PADA MARKETPLACE SHOPEE
(Studi Kasus Generasi Z Pengguna Shopee Di Cikarang Barat)**

Mohamad Rifai¹⁾
Yunita Ramadhani²⁾

ABSTRAK

Perkembangan teknologi membuat kehidupan menjadi lebih cepat dan praktis. Generasi Z, sebagai generasi sosial pertama, tumbuh dengan akses internet dan teknologi digital sejak usia muda. Munculnya e-commerce telah mengubah fungsi dan aktivitas jual beli. Aktivitas berbelanja kini menjadi gaya hidup yang dapat menimbulkan perilaku konsumen impulsif yang di dorong oleh gaya hidup individu, harga diskon dan kualitas website dari e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh gaya hidup hedonisme, harga diskon dan kualitas website terhadap perilaku pembelian impulsif generasi Z di Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer. Sampel penelitian diambil menggunakan metode *accidental sampling*, dengan kuesioner yang dibagikan kepada generasi Z di Cikarang Barat melalui google form sebanyak 96 responden yang diolah menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme memiliki pengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif dengan nilai t hitung $4.035 > t$ tabel 1.662 dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Sementara harga diskon tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif dengan nilai t hitung $-0.564 < t$ tabel 1.662 dan nilai signifikansi $0.574 > 0.05$. Kualitas website juga terbukti memiliki pengaruh signifikan dengan nilai t hitung $3.454 > t$ tabel 1.662 dan signifikansi $0.001 < 0.05$. Secara simultan gaya hidup hedonisme, harga diskon dan kualitas Website memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif dengan nilai F hitung $28.781 > F$ tabel 2.70 dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$.

Kata Kunci: Perilaku Pembelian Impulsif, Gaya Hidup Hedonisme, Harga Diskon, Kualitas Website.