

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* DAN SIFAT MATERIALISME  
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA KONSUMEN  
*MARKETPLACE SHOPEE* DI SURABAYA SELATAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh:**

**BRAM PRATISTA KUSUMA**

**NPM: 20420095**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2024**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bram Pratista Kusuma

NPM : 20420095

Alamat : Babatan Pilang G1-7 Surabaya

Program studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul  
"PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* DAN SIFAT  
MATERIALISME TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA  
KONSUMEN *MARKETPLACE SHOPEE* DI SURABAYA  
SELATAN" bebas plagiat.

Surabaya,  
Yang membuat pernyataan



STAMP: KEMENTERIAN  
TEKNOLOGI DAN  
INFORMASI  
KOMUNIKASI  
CCALX318117029

**BRAM PRATISTA KUSUMA**  
NPM : 20420095

**SKRIPSI**  
**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* DAN SIFAT MATERIALISME**  
**TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA KONSUMEN**  
***MARKETPLACE SHOPEE* DI SURABAYA SELATAN**

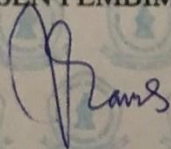
Diajukan Oleh:

**Bram Pratista Kusuma**

NPM : 20420095

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Evianah, SE, M.Si

Tanggal, 05 Juli 2024

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., M.M

Tanggal, 10 Juli 2024

**SKRIPSI**

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* DAN SIFAT MATERIALISME  
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA KONSUMEN  
*MARKETPLACE SHOPEE* DI SURABAYA SELATAN**

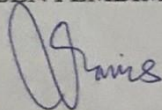
**Dipersiapkan dan disusun Oleh:**

**Bram Pratista Kusuma**

NPM : 20420095

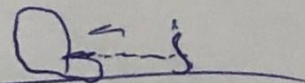
Susunan Dewan Penguji

DOSEN PEMBIMBING



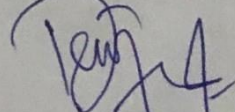
**Evianah, SE, M.Si**

KETUA TIM PENGUJI



**Dr. Wahyudiono, SE., MM**

ANGGOTA DEWAN PENGUJI

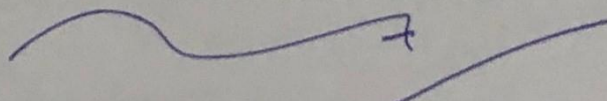


**Dewi Nuraini, SE., M.SM**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal, 10 Juli 2024

KETUA PROGRAM STUDI



**Dr. Adrianto Trimarjono, SE., M.M**

## KATA PENGANTAR

Segala syukur dan puji hanya bagi Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* DAN SIFAT MATERIALISME TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA KONSUMEN MARKETPLACE SHOPEE DI SURABAYA SELATAN”** dapat diselesaikan dengan baik, sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada program, studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Skripsi ini meneliti 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat, variabel bebas yaitu *Shopping Lifestyle* dan Sifat Materialisme sedangkan variabel terikat yaitu Pembelian impulsif. Metode penelitian yang digunakan bersifat kuantitatif, pengumpulan data menggunakan kuisioner dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, uji hipotesis menggunakan uji t.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak, dukungan, bantuan, bimbingan, doa, dan nasehat dari berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama yang saya hormati :

1. Bapak Prof. Dr. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, Sp. THT-KL(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs.Ec Gimanto Gunawan, MM,M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono,SE.,MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Evianah, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia menyempatkan dan meluangkan waktu dalam mengarahkan, membimbing, serta memberi saran yang sangat berarti bagi penulis

dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu dalam kegiatan belajar mengajar selama di kampus.
6. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang terkait pelayanan administrasi selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua saya, Bapak dan Ibu yang selalu mendo'akan agar lulus kuliah dengan baik dan tidak ada lelah untuk memberi dukungan, semangat dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
8. Rekan-rekan seangkatan 2020 di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, terimakasih telah memberikan kenangan dan bantuan selama masa kuliah.
9. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu tetapi tetap penulis akan mengucapkan rasa terimakasih sebesar-besarnya.

Semoga Allah selalu memberikan limpahan rahmat atas segala jasa dan kebaikannya serta bantuanyang diberikan kepada penulis. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, baik sebagai tambahan pengetahuan, maupun untuk penelitian selanjutnya.

Surabaya, 2 April 2024

Penulis

(Bram Pratista Kusuma)

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN. ....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
ABSTRAK .....	xii
ABSTRACT .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penelitian.....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	9
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	9
2.1.2.1 Tipe Perilaku Konsumen .....	11
2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	12
2.1.3 Shopping lifestyle .....	16
2.1.3.1 Indikator Shopping lifestyle .....	17
2.1.4 Sifat Materialisme.....	18
2.1.4.1 Indikator Sifat Materialisme .....	18
2.1.5 Pembelian Implusif.....	19
2.1.5.1 Indikator Pembelian Implusif .....	20

2.2	Keterkaitan Antar Variabel.....	20
2.2.1	Pengaruh Shopping Lifestyle terhadap Pembelian Implusif....	21
2.2.2	Pengaruh Sifat Materialisme terhada Pembelian Implusif .....	21
2.3	Penelitian Terdahulu.....	22
2.4	Hipotesis dan Model Analisis.....	25
2.4.1	Hipotesis .....	25
BAB III METODE PENELITIAN .....		26
3.1	Pendekatan Penelitian.....	26
3.2	Populasi dan Sampel.....	26
3.2.1	Populasi Penelitian.....	26
3.2.2	Sampel Penelitian .....	27
3.3	Identifikasi Variabel .....	27
3.4	Definisi Operasional Variabel .....	28
3.4.1	Variabel Shopping Lifestyle .....	28
3.4.2	Variabel Sifat Materialisme .....	29
3.4.3	Variabel Pembelian Implusif.....	30
3.5	Jenis dan Sumber Data .....	31
3.5.1	Jenis Data.....	31
3.5.2	Sumber Data .....	31
3.6	Prosedur Pengumpulan Data .....	32
3.7	Teknik Analisis Data .....	33
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	34
3.7.2	Uji Instrumen.....	34
3.7.2.1	Uji Validitas.....	34
3.7.2.2	Uji Reliabilitas .....	35
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda .....	35
3.7.4	Uji Hipotesis .....	36
3.7.4.1	Uji t.....	36
3.7.4.2	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		37
4.1	Hasil Penelitian .....	37



4.1.1	Gambaran Objek Penelitian.....	37
4.1.2	Statistik Deskriptif.....	37
4.1.3	Karakteristik Responden .....	39
4.1.3.1	Menurut Usia Responden.....	39
4.1.3.2	Menurut Jenis Kelamin Responden .....	40
4.1.3.3	Pekerjaan Responden .....	40
4.1.3.4	Menurut Domisili Responden .....	41
4.1.3.5	Menurut Pendapatan Responden.....	42
4.2	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Penelitian.....	42
4.3	Hasil Uji Instrumen.....	45
4.3.1	Hasil Uji Validitas.....	45
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	46
4.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
4.5	Hasil Pengujian Hipotesis .....	48
4.5.1	Uji Parameter Individual (Uji Statistik t) .....	48
4.5.1.1	Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap Pembelian Impulsif.....	49
4.5.1.2	Pengaruh Sifat Materialisme terhadap Pembelian Impulsif.....	49
4.5.2	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	50
4.6	Pembahasan .....	50
4.6.1	Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap Pembelian Impulsif .....	50
4.6.2	Pengaruh Sifat Materialisme terhadap Pembelian Impulsif .....	51
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN .....		53
5.1	Simpulan.....	53
5.2	Saran.....	53
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....		56
LAMPIRAN .....		59



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3.1	Skala Likert .....	33
Tabel 4.1	Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....	38
Tabel 4.2	Data Identitas Responden Mengenai Usia.....	39
Tabel 4.3	Data Identitas Responden Mengenai Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.4	Data Identitas Responden Mengenai Pekerjaan .....	40
Tabel 4.5	Data Identitas Responden Mengenai Domisili .....	41
Tabel 4.6	Data Identitas Responden Mengenai Pendapatan.....	42
Tabel 4.7	Kategori Masing-Masing Variabel .....	43
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden Dari Pernyataan Per Variabel .....	44
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas .....	45
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas .....	46
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	47
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Indonesia Digital Report 2023 .....	1
Gambar 1.2	<i>E-Commerce</i> Pengunjung Terbanyak di Indonesia Tahun 2023.....	2
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual .....	25
Gambar 4.1	Kurva Distribusi Uji T.....	49
Gambar 4.2	Kurva Distribusi Uji T.....	49



## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian tertulis yakni mengetahui bagaimana Shopping Lifestyle dan Sifat Materialisme memberikan pengaruh pembelian impulsif di Marketplace Shopee Surabaya Selatan. Penelitian yang dipublikasikan menganggap pembelian impulsif sebagai satu diantara faktor independen, bersama dengan sifat materialisme dan budaya belanja. Mereka yang berdomisili di wilayah Surabaya Selatan dan dengan Shopee serta berusia minimal delapan belas tahun menjadi sasaran audiensnya. Sampel penelitian tertulis dipilih dengan teknik non-probability sampling yang dipadukan strategi purposive sampling. Besar sampelnya diartikan 67 responden. Untuk mengumpulkan data, kuesioner digunakan. Dua jenis prosedur analisis digunakan yakni analisis regresi linier berganda serta analisis deskriptif. Menurut penelitian, ada dua elemen yang sangat memberikan pengaruh pembelian impulsif

**Kata Kunci :** Shopping Lifestyle, Sifat Materialisme, Pembelian Impulsif

## **ABSTRACT**

*The aim of the written research is to find out how Shopping Lifestyle and Materialism influence impulse buying at the Shopee Marketplace in South Surabaya. Published research considers impulse buying as one of the independent factors, along with materialism and shopping culture. Those who live in the South Surabaya area and with Shopee and are at least eighteen years old are the target audience. The written research sample was selected using a non-probability sampling technique combined with a purposive sampling strategy. The sample size is defined as 67 respondents. To collect data, a questionnaire was used. Two types of analysis procedures are used, namely multiple linear regression analysis and descriptive analysis. According to research, there are two elements that greatly influence impulse buying.*

**Keywords:** *Shopping Lifestyle, Materialism, Impulsive Buying*