

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

Dengan Hormat,

Dalam rangka untuk melaksanakan penelitian skripsi program sarjana (S1) di Program Studi Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, dengan ini:

Nama : Bram Pratista Kusuma

NPM : 20420095

Program Studi : Manajemen

Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi kuisisioner ini. Penelitian ini berjudul **“PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* DAN SIFAT MATERIALISME TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA KONSUMEN *MARKETPLACE SHOPEE* DI SURABAYA SELATAN”**.

Semua informasi yang diperoleh dari kuisisioner ini bersifat rahasia dan tidak ada pengaruh dari pihak manapun.

Demikian atas kerjasama dan bantuannya, saya ucapkan terima kasih.

Surabaya, 08 April 2024

Peneliti

Bram Pratista Kusuma

A. Kriteria Pengisian Kuesioner

Kriteria – kriteria yang wajib dimiliki oleh responden adalah sebagai berikut:

1. Berusia minimal 18 tahun.
 2. Pernah melakukan pembelian impulsif di *marketplace* Shopee.
 3. Berdomisili di wilayah Surabaya Selatan.
1. Apakah anda telah sesuai dengan kriteria sebagai responden?
- Ya, jika ya silahkan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya
 - Tidak, jika tidak cukup berhenti disini. Terimakasih

B. IDENTITAS RESPONDEN

1. Usia Responden :
- 18-20 Tahun
 - 21-23 Tahun
 - 24-26 Tahun
 - 27-29 Tahun
 - > 29 Tahun
2. Jenis Kelamin Responden :
- Laki-Laki
 - Perempuan
3. Pekerjaan Responden :
- Swasta
 - Wirausaha
 - Mahasiswa

- Pelajar
 - Pegawai Negeri
 - Lainnya
4. Domisili Responden :
- Wonokromo
 - Wonocolo
 - Wiyung
 - Karang Pilang
 - Jambangan
 - Gayungan
 - Dukuh Pakis
 - Sawahan
5. Pendapatan Responden :
- < Rp. 1.000.000
 - Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000
 - Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000
 - Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000
 - > Rp. 4.000.000

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Isi lengkapi data responden sebelum mengisi kuesioner.
2. Bacalah dengan teliti masing-masing pernyataan pada kuesioner.
3. Mengisi pernyataan di bawah dengan memilih salah satu yang menurut anda sesuai.

4. Kuisisioner ini akan dapat dipergunakan secara optimal apabila seluruh pernyataan saudara/i telah terjawab dengan benar.

5. Keterangan jawaban:

Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

DAFTAR PERTANYAAN VARIABEL *SHOPPING LIFESTYLE*

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya menanggapi untuk membeli setiap tawaran iklan mengenai produk yang di jual di <i>marketplace</i> Shopee.					
2	Ketika melihat produk terbaru yang ditawarkan oleh sebuah toko di <i>marketplace</i> Shopee, saya akan segera merespon untuk membeli produk tersebut.					
3	Saya akan membeli merek terkenal yang ada di <i>marketplace</i> Shopee dibandingkan dengan merek yang belum terkenal.					

4	Saya meyakini bahwa produk dari merek terkenal yang menjual produknya di <i>marketplace</i> Shopee memiliki kualitas yang jauh lebih baik dibandingkan dengan merek yang biasa atau standart					
5	Saya akan cenderung tidak setia terhadap satu merek yang ada di <i>marketplace</i> Shopee, saya akan membeli produk pada berbagai merek jika produk tersebut memiliki kualitas sesuai keinginan saya.					

DAFTAR PERTANYAAN VARIABEL SIFAT MATERIALISME

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya meyakini bahwa kepemilikan barang yang dibeli di <i>marketplace</i> Shopee adalah tujuan hidup yang paling penting bagi saya.					
2	Saya meyakini bahwa kepemilikan barang yang saya beli di <i>marketplace</i> Shopee merupakan hal yang bisa memberikan kebahagiaan.					
3	Saya memiliki keyakinan bahwa kepemilikan barang yang saya beli di <i>marketplace</i> Shopee merupakan alat ukur untuk menunjukkan prestasi diri saya					

4	Saya yakin bahwa kegiatan pembelian yang dibeli di <i>marketplace</i> Shopee dilakukan untuk memberikan suatu kepuasan.					
---	---	--	--	--	--	--

DAFTAR PERTANYAAN VARIABEL PEMBELIAN IMPULSIF

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya tidak merencanakan pembelian dan melakukan pembelian secara spontan pada <i>marketplace</i> Shopee.					
2	Saya melakukan pembelian di <i>marketplace</i> Shopee tanpa pertimbangan yang mendalam atau tanpa memikirkan konsekuensi yang mungkin timbul.					
3	Saya melakukan pembelian tanpa direncanakan dikarenakan tawaran menarik seperti promo atau diskon yang ditawarkan oleh <i>marketplace</i> Shopee.					

LAMPIRAN II HASIL TABULASI DATA

Variabel *Shopping Lifestyle* (X1)

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total X1
1	4	4	4	4	4	20
2	5	4	3	3	3	18
3	1	1	5	5	5	17
4	4	4	5	5	4	22
5	5	4	4	4	5	22
6	2	2	5	4	4	17
7	3	3	3	3	3	15
8	2	2	4	3	4	15
9	1	1	3	2	4	11
10	4	5	4	4	5	22
11	5	5	5	5	5	25
12	4	5	4	5	4	22
13	2	2	3	4	3	14
14	1	1	1	1	1	5
15	1	1	1	3	5	11
16	3	3	3	2	2	13
17	4	4	4	4	4	20
18	2	2	5	5	5	19
19	4	4	4	4	5	21
20	3	4	3	3	3	16
21	3	3	5	3	5	19
22	2	3	3	3	4	15
23	5	3	5	3	5	21
24	4	3	5	4	5	21
25	3	4	2	2	3	14
26	2	3	4	4	3	16
27	3	3	4	5	5	20
28	3	4	5	4	4	20
29	5	2	5	5	5	22
30	3	2	4	3	4	16
31	5	3	5	5	4	22
32	5	5	5	5	5	25
33	3	4	5	4	5	21
34	3	3	4	5	4	19
35	5	4	5	4	5	23
36	4	4	3	3	4	18
37	1	1	2	2	5	11
38	3	4	4	4	4	19
39	1	3	3	5	5	17
40	3	3	4	5	5	20
41	1	1	3	3	3	11

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total X1
42	4	4	4	4	4	20
43	5	5	5	5	5	25
44	3	4	4	3	4	18
45	5	5	4	5	4	23
46	3	2	4	3	4	16
47	5	4	5	5	5	24
48	4	4	5	5	5	23
49	2	1	4	3	5	15
50	3	3	5	5	3	19
51	3	3	4	5	4	19
52	3	3	5	3	4	18
53	3	3	5	4	3	18
54	5	5	5	5	5	25
55	3	2	5	5	4	19
56	3	3	3	3	3	15
57	4	5	3	4	5	21
58	5	5	5	5	5	25
59	2	2	4	4	3	15
60	2	2	4	4	2	14
61	2	1	3	3	4	13
62	4	5	3	4	5	21
63	4	4	3	4	3	18
64	5	5	5	5	5	25
65	4	3	4	4	4	19
66	4	4	4	4	4	20
67	5	4	4	4	4	21

Variabel Sifat Materialisme (X2)

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2
1	4	5	5	4	18
2	3	3	4	4	14
3	3	5	1	5	14
4	4	5	5	4	18
5	4	4	4	5	17
6	2	4	2	4	12
7	3	3	3	3	12
8	4	4	3	4	15
9	1	2	1	3	7
10	4	4	4	4	16
11	5	5	5	5	20
12	5	4	5	4	18
13	2	3	3	3	11
14	1	1	1	1	4
15	3	5	3	5	16
16	3	3	3	3	12
17	4	4	4	4	16
18	5	4	4	5	18
19	5	5	4	3	17
20	2	4	3	3	12
21	5	5	5	5	20
22	2	3	2	3	10
23	2	2	4	5	13
24	4	4	4	5	17
25	3	3	2	3	11
26	3	4	3	4	14
27	2	4	2	5	13
28	4	4	4	5	17
29	5	5	5	5	20
30	1	3	1	3	8
31	3	4	3	5	15
32	5	5	5	5	20
33	3	5	4	4	16
34	3	3	3	4	13
35	4	5	4	5	18
36	4	4	4	4	16
37	3	4	2	4	13
38	5	4	5	5	19
39	1	1	1	1	4
40	4	5	5	4	18
41	2	2	2	2	8
42	2	3	3	3	11

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2
43	5	5	5	5	20
44	4	4	4	4	16
45	5	4	5	5	19
46	4	3	4	5	16
47	4	4	4	5	17
48	4	4	4	5	17
49	4	4	2	2	12
50	1	3	1	3	8
51	4	4	4	4	16
52	3	4	4	5	16
53	4	4	4	4	16
54	5	5	5	5	20
55	4	4	4	5	17
56	3	3	3	3	12
57	4	4	4	4	16
58	4	5	5	5	19
59	1	3	1	1	6
60	2	2	2	2	8
61	1	5	3	3	12
62	3	4	4	3	14
63	4	3	4	4	15
64	4	5	4	5	18
65	3	4	4	4	15
66	4	4	4	4	16
67	5	5	4	4	18

Variabel Pembelian Impulsif (Y)

Responden	Y1	Y2	Y3	Total Y
1	4	4	5	13
2	3	3	4	10
3	1	1	1	3
4	4	5	4	13
5	4	4	5	13
6	4	2	4	10
7	3	3	3	9
8	3	2	4	9
9	2	2	2	6
10	3	4	4	11
11	5	5	5	15
12	5	4	5	14
13	3	2	2	7
14	1	1	1	3
15	5	1	3	9

Responden	Y1	Y2	Y3	Total Y
16	2	4	4	10
17	4	4	4	12
18	5	2	2	9
19	4	4	4	12
20	3	3	3	9
21	3	4	5	12
22	3	2	3	8
23	5	5	5	15
24	1	3	1	5
25	5	3	5	13
26	1	3	2	6
27	2	2	4	8
28	4	4	4	12
29	5	5	5	15
30	2	3	5	10
31	4	3	5	12
32	5	5	5	15
33	5	5	4	14
34	3	3	3	9
35	4	5	4	13
36	3	3	4	10
37	5	1	3	9
38	5	4	4	13
39	3	3	4	10
40	4	4	4	12
41	2	2	2	6
42	3	3	3	9
43	5	5	5	15
44	4	5	4	13
45	5	5	5	15
46	2	2	3	7
47	4	2	5	11
48	4	4	5	13
49	1	1	4	6
50	3	2	3	8
51	4	4	4	12
52	4	2	3	9
53	3	3	3	9
54	5	5	5	15
55	3	2	3	8
56	3	3	3	9
57	3	4	4	11
58	4	4	3	11

Responden	Y1	Y2	Y3	Total Y
59	1	4	1	6
60	2	2	2	6
61	3	2	3	8
62	5	5	4	14
63	4	4	5	13
64	5	5	5	15
65	4	3	4	11
66	5	5	4	14
67	4	4	4	12

LAMPIRAN III HASIL OUTPUT SPSS

Distribusi Jawaban Responden Shopping Lifestyle (X1)

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	7	10,4	10,4	10,4
	2,00	10	14,9	14,9	25,4
	3,00	20	29,9	29,9	55,2
	4,00	15	22,4	22,4	77,6
	5,00	15	22,4	22,4	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	8	11,9	11,9	11,9
	2,00	10	14,9	14,9	26,9
	3,00	18	26,9	26,9	53,7
	4,00	20	29,9	29,9	83,6
	5,00	11	16,4	16,4	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	3,0	3,0	3,0
	2,00	2	3,0	3,0	6,0
	3,00	15	22,4	22,4	28,4
	4,00	24	35,8	35,8	64,2
	5,00	24	35,8	35,8	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

x1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,5	1,5	1,5
	2,00	4	6,0	6,0	7,5
	3,00	17	25,4	25,4	32,8

4,00	23	34,3	34,3	67,2
5,00	22	32,8	32,8	100,0
Total	67	100,0	100,0	

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	1	1,5	1,5	1,5
2,00	2	3,0	3,0	4,5
3,00	12	17,9	17,9	22,4
4,00	25	37,3	37,3	59,7
5,00	27	40,3	40,3	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Distribusi Jawaban Responden Sifat Materialisme (X2)**X2.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	7	10,4	10,4	10,4
2,00	9	13,4	13,4	23,9
3,00	15	22,4	22,4	46,3
4,00	24	35,8	35,8	82,1
5,00	12	17,9	17,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	2	3,0	3,0	3,0
2,00	4	6,0	6,0	9,0
3,00	14	20,9	20,9	29,9
4,00	29	43,3	43,3	73,1
5,00	18	26,9	26,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	7	10,4	10,4	10,4
	2,00	8	11,9	11,9	22,4
	3,00	12	17,9	17,9	40,3
	4,00	27	40,3	40,3	80,6
	5,00	13	19,4	19,4	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	3	4,5	4,5	4,5
	2,00	3	4,5	4,5	9,0
	3,00	14	20,9	20,9	29,9
	4,00	22	32,8	32,8	62,7
	5,00	25	37,3	37,3	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Distribusi Jawaban Responden Pembelian Impulsif (Y)**Y1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	5	7,5	7,5	7,5
	2,00	15	22,4	22,4	29,9
	3,00	15	22,4	22,4	52,2
	4,00	18	26,9	26,9	79,1
	5,00	14	20,9	20,9	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	5	7,5	7,5	7,5
	2,00	15	22,4	22,4	29,9
	3,00	15	22,4	22,4	52,2

4,00	18	26,9	26,9	79,1
5,00	14	20,9	20,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	4	6,0	6,0	6,0
2,00	6	9,0	9,0	14,9
3,00	15	22,4	22,4	37,3
4,00	24	35,8	35,8	73,1
5,00	18	26,9	26,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Uji Validitas

Shopping Lifestyle (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Shopping Lifestyle
X1.1	Pearson Correlation		.786*	.485*	.449*	.333*	.845*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67
X1.2	Pearson Correlation	.786*		.310	.428*	.268	.782*
	Sig. (2-tailed)	.000		.011	.000	.028	.000
	N	67	67	67	67	67	67
X1.3	Pearson Correlation	.485*	.310		.668*	.437*	.742*
	Sig. (2-tailed)	.000	.011		.000	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67
X1.4	Pearson Correlation	.449*	.428*	.668*		.469*	.772*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67
X1.5	Pearson Correlation	.333*	.268	.437*	.469*		.624*

	Sig. (2-tailed)	.006	.028	.000	.000		.000
	N	67	67	67	67	67	67
ShoppingLife style	Pearson Correlation	.845*	.782*	.742*	.772*	.624*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	67	67	67	67	67	67

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sifat Materialisme (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Sifat Materialisme
X2.1	Pearson Correlation		.658*	.833*	.653*	.911*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	67	67	67	67	67
X2.2	Pearson Correlation	.658*		.628*	.641*	.824*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	67	67	67	67	67
X2.3	Pearson Correlation	.833*	.628*		.665*	.907*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	67	67	67	67	67
X2.4	Pearson Correlation	.653*	.641*	.665*		.842*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	67	67	67	67	67
Sifat Materialisme	Pearson Correlation	.911*	.824*	.907*	.842*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	67	67	67	67	67

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pembelian Impulsif (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Pembelian Impulsif
Y1	Pearson Correlation		.545 ^{**}	.650 ^{**}	.858 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	67	67	67	67
Y2	Pearson Correlation	.545 ^{**}		.591 ^{**}	.838 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	67	67	67	67
Y3	Pearson Correlation	.650 ^{**}	.591 ^{**}		.867 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	67	67	67	67
Pembelian Impulsif	Pearson Correlation	.858 ^{**}	.838 ^{**}	.867 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	67	67	67	67

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	67	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	67	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Shopping Lifestyle (X1)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.810	

Sifat Materialisme (X2)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.894	

Pembelian Impulsif (Y)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.814	

Uji Regresi Linear Berganda**Variables
Entered/Removed^a**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Sifat Materialisme, Shopping Lifestyle ^b		Enter

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.741 ^a	.550	.536	2.11004

a. Predictors: (Constant), Sifat Materialisme, Shopping Lifestyle

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.148	1.209		.123	.903
	Shopping Lifestyle	.401	.094	.536	4.265	.000
	Sifat Materialisme	.199	.097	.254	2.043	.045

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif