

**KETERIKATAN EMOSI POSITIF MEMENGARUHI MOTIVASI
BELANJA HEDONIS DAN ENDORSEMENT SELEBRITAS
TERHADAP TINDAKAN PEMBELIAN IMPULSIF
PRODUK *FASHION* PADA *E-COMMERCE*
DI PULAU JAWA**



Diajukan oleh :

INTAN SRI LESTARI

19012010156/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2023

**KETERIKATAN EMOSI POSITIF MEMENGARUHI MOTIVASI
BELANJA HEDONIS DAN ENDORSEMENT SELEBRITAS
TERHADAP TINDAKAN PEMBELIAN IMPULSIF
PRODUK *FASHION* PADA *E-COMMERCE*
DI PULAU JAWA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagaian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen



Diajukan oleh :

INTAN SRI LESTARI

19012010156/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2023

SKRIPSI
KETERIKATAN EMOSI POSITIF MEMENGARUHI MOTIVASI
BELANJA HEDONIS DAN ENDORSEMENT SELEBRITAS
TERHADAP TINDAKAN PEMBELIAN IMPULSIF
PRODUK *FASHION* PADA *E-COMMERCE*

DI PULAU JAWA

Disusun oleh :

Intan Sri Lestari

19012010156

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Pada tanggal : 18 Agustus 2023

Koordinator Program Studi
Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dra. Ec. Nurianti Takarini, M.Si

NIP 196508141991032001

Pembimbing Utama

Drs. EC. Suprivono, M.M

NIP 196106261988031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP

196304201991032001

25 AUG 2023



**SURAT PERNYATAAN
ORISINALITAS KARYA**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Intan Sri Lestari

NPM : 1901201056

Tempat/Tanggal Lahir : Bekasi, 23 Juni 2002

Alamat : JL. MANGGA RT 05/03, Jatibening, Pondok Gede,
Kota Bekasi

Judul Artikel : Keterikatan Emosi Positif Memengaruhi Motivasi
Belanja Hedonis dan Endorsement Selebritas terhadap
Tindakan Pembelian Impulsif Produk *Fashion* pada *E-commerce*
di Pulau Jawa

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri,
serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur
paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme
maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkannya gelar akademik
yang telah saya raih.

Surabaya, 21 Agustus 2023

yang menyatakan,



Intan Sri Lestari

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur dihatirkan atas kehadiran Allah SWT karena atas kehendaknya skripsi yang berjudul “Keterikatan Emosi Positif Memengaruhi Motivasi Belanja Hedonis dan Endorsement Selebritas terhadap Tindakan Pembelian Impulsif Produk *Fashion* pada *E-commerce* di Pulau Jawa” ini dapat terselesaikan. Skripsi ini menjadi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata 1 (S-1) di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada kesempatan kali ini, terucapa rasa terima kasih yang mendalam kepada pihak-pihak yang sudah berkontribusi dalam terselesaikannya skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M, MT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Ibu Dra.Ec. Nurjanti Takarini, M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
4. Bapak Drs. EC. Supriyono, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini
5. Bapak Reiga Ritomiea Ariescy, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini
6. Ibu Dra. EC. Mei Retno Adiwati, M.Si selaku dosen wali yang telah membantu selama masa studi perkuliahan.
7. Orang tua yang selalu menyertai setiap langkah yang ditempuh dengan doa serta dukungan materi dan moral di kehidupan.
8. Kedua adik saya yang selalu memberikan penghiburan di saat jenuh dan telah menjadi penyemangat.
9. Semua orang yang saya temui di masa perkuliahan yang belum bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah membantu dan memberikan pembelajaran selama masa studi pendidikan strata satu (S-1) di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Harapnya Tuhan membalas kebaikan kalian semua.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, harap dimaafkan untuk kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Penulis sangat terbuka akan kritik dan saran yang membangun.

Sebagai penutup, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membaca.

Surabaya, 21 Agustus 2023

Penulis,
Intan Sri Lestari

DAFTAR PUSTAKA

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR PUSTAKA.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
BAB 1 PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.2 Tinjauan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.3 Hubungan Antar Variabel	Error! Bookmark not defined.
2.4 Kerangka Konseptual	Error! Bookmark not defined.
2.5 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Operasional dan Pengukuran Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.2 Teknik Penentuan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3 Teknik Pengumpulan data	Error! Bookmark not defined.
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3.5 Model Kerangka Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tren Data Pertumbuhan Tekstil dan Pakaian Jadi.....	3
Gambar 1.2 Produk yang Paling Banyak dibeli di <i>e-commerce</i> dan Toko Fisik.....	4
Gambar 1.3 Alasan Masyarakat Belanja Secara Impulsif.....	9
Gambar 1.4 Presentase Barang yang dibeli di <i>E-commerce</i>	10
Gambar 1.5 Tingkat Pembelian Impulsif Konsumen Pulau Jawa.....	11
Gambar 1.6 Akibat Tindakan Pembelian Impulsif.....	12
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	29
Gambar 3.1 Model Kerangka Penelitian.....	44
Gambar 4.1 Pengujian Hipotesis SMARTPLS.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Bobot skala likert	36
Tabel 4.1 Wilayah Domisili Responden.....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Jawaban Responden Variabel Motivasi Belanja Heondis.....	48
Tabel 4.3 Karakteristik Jawaban Responden Variabel Endorsement Selebritas.....	51
Tabel 4.4 Karakteristik Jawaban Responden Variabel Emosi Positif.....	54
Tabel 4.5 Karakteristik Jawaban Responden Variabel Pembelian Impulsif.....	56
Tabel 4.6 <i>Convergent Validity</i>	59
Tabel 4.7 <i>Discriminant Reability</i>	60
Tabel 4.8 <i>Composite Reability</i>	61
Tabel 4.9 R Square.....	61
Tabel 4.10 Q Square.....	62
Tabel 4.11 Uji T.....	63

ABSTRAK

Banyak faktor yang dapat mengakibatkan tindakan pembelian impulsif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi belanja hedonis dan endorsement selebritas terhadap pembelian impulsif dengan keterikatan emosi positif

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari jawaban responden yaitu konsumen produk fashion pada e-commerce di Pulau Jawa. Seluruh responden yang ada distratifikasi berdasarkan wilayahnya yang meliputi : Banten, DKI Jakarta , D.I.Yogyakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur. Untuk memenuhi tujuan penelitian, hipotesis diuji dengan SEM PLS. Dari uji SEM PLS dapat disimpulkan bahwa : (1) Motivasi Belanja Hedonis berkontribusi terhadap Pembelian Impulsif, (2) Endorsement Selebritas berkontribusi terhadap Pembelian Impulsif, (3) Motivasi Belanja Hedonis memunculkan emosi positif yang berkontribusi terhadap Pembelian Impulsif, (4) Endorsement Selebritas tidak memunculkan emosi positif yang tidak berkontribusi terhadap Pembelian Impulsif, (5) Emosi Positif berkontribusi terhadap Pembelian Impulsif.

Kata Kunci: Motivasi Belanja Hedonis, Endorsement Selebritas, Emosi Positif, Pembelian Impulsif

Abstracts

Many factors can lead to impulsive buying actions. This study aims to analyze the effect of hedonic shopping motivation and celebrity endorsement on impulse buying with positive emotional attachment. This study uses primary data obtained from respondents' answers, namely consumers of fashion products in e-commerce on the island of Java. All existing respondents are stratified based on the region which includes: Banten, DKI Jakarta, D.I.Yogyakarta, West Java, Central Java, East Java. To fulfill the research objectives, the hypothesis was tested with SEM PLS. From the SEM PLS test, it can be concluded that: (1) Hedonic Shopping Motivation contributes to Impulse Buying, (2) Celebrity Endorsement contributes to Impulse Buying, (3) Hedonic Shopping Motivation generates positive emotions that contribute to Impulse Buying, (4) Celebrity Endorsement does not generate positive emotions that do not contribute to Impulse Buying, (5) Positive Emotions contribute to Impulse Buying.

Keywords: Hedonic Shopping Motivation, Celebrity Endorsment, Positive Emotions, Impulsive Buying