

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS DAN GAYA HIDUP  
BERBELANJA PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

Ajimas Wahyu Bagaskoro  
20012010106/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAWA TIMUR**

**2024**

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS DAN GAYA HIDUP  
BERBELANJA PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh :**

**Ajimas Wahyu Bagaskoro  
20012010106/FEB/EM**

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

**2024**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS DAN GAYA HIDUP**  
**BERBELANJA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA**  
**E-COMMERCE TOKOPEDIA DI SURABAYA**


Disusun Oleh:


**AJIMAS WAHYU BAGASKORO**  
**20012010106 / FEB / EM**

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal : 4 Oktober 2024

**Koordinator Program Studi Manajemen**  
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Dosen Pembimbing**

  
**Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si**  
**NIP. 196901132021212003**

  
**Drs. Ec. Supriyono, 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**  
**NIP. 196304201991032001**

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ajimas Wahyu Bagaskoro  
NPM : 20012010106  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Dan Gaya  
Hidup Berbelanja Pada E-Commerce Tokopedia Di  
Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 01 Oktober 2024

Yang Menyatakan



(Ajimas Wahyu Bagaskoro)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Dan Gaya Hidup Berbelanja Pada *E-Commerce* Tokopedia Di Surabaya”**. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dan bimbingan baik secara langsung maupun secara tidak langsung, dalam proses pembuatan skripsi ini. Panjang dan banyak kendala yang penulis alami pada proses penyusunan ini tidak menghentikan semangat untuk menyelesaikannya. Setiap proses pasti ada orang yang selalu mendukung dan saling memikul, saran dan nasihat yang penulis dapatkan merupakan bekal untuk menjalani kehidupan setelah terselesaikannya skripsi ini.

Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan 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 Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Endang Iryanti, M.M selaku Dosen Wali yang selalu mengarahkan dan mendukung akademik, selama penulis menjalankan studi di UPN ”Veteran” Jawa Timur.
5. Bapak Drs. Ec. Supriyono, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, bantuan, arahan, ilmu, kritik dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik, terarah dan menyenangkan.
6. Dukungan keluarga, terkhususnya orang tua penulis yang terkasih. Terima kasih atas segala dukungan yang diberikan dalam membesarkan dan membimbing penulis selama ini. Banyak harapan dan doa yang telah diutarakan baik secara langsung maupun tidak langsung yang menjadi semangat buat penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Para sahabat penulis pada Server Discord Farhan *Gaming* yang selalu ada untuk menemani penulis sejak awal masa perkuliahan hingga tersusunnya skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, begitupun dengan pengetahuan dan keterbatasan penulis dalam menyusun skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap akan ada penelitian yang baru yang diharapkan untuk melengkapi dan menyempurnakan skripsi ini di masa yang akan datang, serta dapat memotivasi dan memberikan pengetahuan yang lebih melengkapi.

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| KATA PENGANTAR .....   | i    |
| DAFTAR ISI.....  | iii  |
| DAFTAR GAMBAR .....  | v    |
| DAFTAR TABEL.....  | vi   |
| LAMPIRAN.....  | vii  |
| ABSTRAK .....  | viii |
| BAB I PENDAHULUAN .....  | 1    |
| 1.1. Latar Belakang.....   | 1    |
| 1.2. Rumusan Masalah .....   | 6    |
| 1.3. Tujuan Penelitian.....  | 6    |
| 1.4. Manfaat Penelitian.....   | 7    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....   | 8    |
| 2.1. Hasil Penelitian Terdahulu .....                                      | 8    |
| 2.2. Tinjauan Teori .....  | 10   |
| 2.2.1. Manajemen Pemasaran.....  | 10   |
| 2.2.2. Pembelian Impulsif .....  | 12   |
| 2.2.3. Motivasi Belanja Hedonis .....                                      | 14   |
| 2.2.4. Gaya Hidup Berbelanja .....   | 16   |
| 2.3. Hubungan Antar Variabel.....  | 17   |
| 2.3.1. Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif ..... | 17   |
| 2.3.2. Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif ..       | 18   |
| 2.4. Kerangka Konseptual .....   | 19   |
| 2.5. Hipotesis .....   | 19   |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....   | 20   |
| 3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....                    | 20   |
| 3.1.1. Definisi Operasional.....   | 20   |
| 3.1.2. Pengukuran Variabel .....   | 22   |
| 3.2. Teknik Penentuan Sampel .....   | 23   |

|                                   |   |    |
|-----------------------------------|---|----|
| 3.2.1.                            | Populasi .....  | 23 |
| 3.2.2.                            | Sampel.....   | 23 |
| 3.3.                              | Teknik Pengumpulan Data .....                                       | 24 |
| 3.3.1.                            | Jenis Data .....  | 24 |
| 3.3.2.                            | Sumber Data.....  | 25 |
| 3.3.3.                            | Metode Pengumpulan Data.....  | 25 |
| 3.4.                              | Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....                              | 26 |
| 3.4.1.                            | Teknik Analisis Data.....   | 26 |
| 3.4.2.                            | Model Indikator Refleksif .....                                     | 26 |
| 3.4.3.                            | Langkah-langkah PLS.....  | 28 |
| 3.4.4.                            | Asumsi PLS.....   | 34 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN ..... |   | 35 |
| 4.1.                              | Deskripsi Objek Penelitian .....                                    | 35 |
| 4.1.1.                            | Sejarah Singkat Perusahaan .....                                    | 35 |
| 4.2.                              | Deskripsi Hasil Penelitian .....                                    | 36 |
| 4.2.1.                            | Analisis Karakteristik Responden .....                              | 36 |
| 4.2.2.                            | Deskripsi Variabel Motivasi Belanja Hedonis (X1) .....              | 38 |
| 4.2.3.                            | Deskripsi Variabel Gaya Hidup Berbelanja (X2) .....                 | 40 |
| 4.2.4.                            | Deskripsi Variabel Pembelian Impulsif (Y).....                      | 42 |
| 4.3.                              | Analisis Data .....   | 43 |
| 4.3.1.                            | Evaluasi Uji Outlier.....   | 43 |
| 4.3.2.                            | Interpretasi Hasil PLS .....  | 45 |
| 4.4.                              | Pembahasan .....  | 53 |
| 4.4.1.                            | Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif<br>53 |    |
| 4.4.2.                            | Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif ..       | 54 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....   |   | 56 |
| 5.1.                              | Kesimpulan.....   | 56 |
| 5.2.                              | Saran.....  | 56 |
| DAFTAR PUSTAKA .....              |   | 58 |
| LAMPIRAN.....                     |   | 61 |



## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 Top Brand Index Situs Jual Beli Online .....   | 3  |
| Gambar 1.2 Jumlah Pengguna dan Pesanan Tokopedia.....   | 4  |
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....  | 19 |
| Gambar 3.1 Model Indikator Reflektif.....   | 27 |
| Gambar 3.2 Model Indikator Formatif.....  | 28 |
| Gambar 3.3 Diagram Jalur .....  | 29 |
| Gambar 4.1 Outer Model dengan <i>factor loading</i> , <i>Path Coefficient</i> dan <i>R-Square</i> | 51 |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                                    | 37 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....                              | 37 |
| Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Motivasi Belanja<br>Hedonis (X1)..... | 38 |
| Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup Berbelanja<br>(X2).....    | 40 |
| Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Pembelian Impulsif (Y)<br>.....       | 42 |
| Tabel 4.6 Uji Outlier .....  | 44 |
| Tabel 4.7 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values) .....                                     | 46 |
| Tabel 4.8 Cross Loading .....  | 48 |
| Tabel 4.9 Average variance extracted (AVE).....  | 49 |
| Tabel 4.10 <i>Composite Reliability</i> .....  | 49 |
| Tabel 4.11 Latent Variable Correlation .....   | 50 |
| Tabel 4.12 <i>R-Square</i> .....   | 52 |
| Tabel 4.13 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values) .....                                 | 53 |

## **LAMPIRAN**

|  |    |
|--|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....                       | 61 |
| Lampiran 2 Tabulasi Data Hasil Kuisisioner Penelitian..... | 65 |
| Lampiran 3 Deskriptif Data Jawaban Responden.....          | 68 |
| Lampiran 4 Hasil Olah Data PLS .....                       | 70 |

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS DAN GAYA HIDUP  
BERBELANJA PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA  
DI SURABAYA**

**Oleh :**

**AJIMAS WAHYU BAGASKORO**

**20012010106/FEB/EM**

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi dan internet telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam cara berbelanja. *E-commerce* telah menjadi salah satu platform utama bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Namun dengan perkembangan tersebut, tercatat penurunan pada brand index serta laporan tahunan *E-Commerce* Tokopedia pada tahun 2023. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana motivasi belanja hedonis dan gaya hidup berbelanja berkontribusi terhadap pembelian impulsif pada *E-Commerce* Tokopedia di Surabaya. Dalam berbelanja via *E-commerce*, konsumen seringkali memiliki keinginan kuat untuk membeli suatu produk dengan segera, tanpa mempertimbangkan konsekuensinya. Pembelian ini disebut sebagai pembelian impulsif. Pembelian impulsif seringkali dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk motivasi belanja hedonis dan gaya hidup berbelanja konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang berdomisili di Surabaya, dan pernah melakukan pembelian impulsif menggunakan aplikasi *E-commerce* Tokopedia. Sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non Probability Sampling* dengan pendekatan *Insidental Sampling*, di mana kuesioner disebarluaskan kepada 112 responden. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif, dan analisis data dilakukan dengan metode deskriptif dan *Partial Least Squares (PLS)* untuk memahami hubungan antara variabel yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik motivasi belanja hedonis maupun gaya hidup berbelanja berkontribusi terhadap pembelian impulsif *E-Commerce* Tokopedia. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dengan mendorong motivasi belanja hedonis melalui pengalaman yang menyenangkan, dan memenuhi gaya hidup konsumen efektif untuk mendorong pembelian impulsif konsumen.

**Kata Kunci : Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja, Pembelian Impulsif**