

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR..... v

DAFTAR ISI..... x

DAFTAR GAMBAR.....xiii

DAFTAR TABEL .....xiii

BAB I PENDAHULUAN ..... 1

    1.1    Pendahuluan ..... 1

    1.2    Identifikasi Masalah ..... 5

    1.3    Batasan Masalah ..... 6

    1.4    Rumusan Masalah..... 6

    1.5    Tujuan Penelitian ..... 6

    1.6    Manfaat Penelitian..... 7

BAB II LANDASAN TEORI ..... 8

    2.1    Motivasi Belanja Hedonis..... 8

        2.1.1    Dimensi Motivasi Belanja Hedonis ..... 9

        2.1.2    Dimensi Motivasi Belanja Hedonis ..... 10

        2.1.3    Indikator Motivasi Belanja Hedonis ..... 11

    2.2    *Shopping Lifestyle* ..... 11

        2.2.1    Dimensi *Shopping Lifestyle* ..... 11

        2.2.2    Indikator *Shopping Lifestyle* ..... 12

        2.2.3    Indikator *Shopping Lifestyle* ..... 12

    2.3    *Impulse Buying* ..... 12

        2.3.1    Dimensi *Impulse Buying* ..... 13

        2.3.2    Dimensi *Impulse Buying* ..... 13

        2.3.4    Dimensi *Impulse Buying* ..... 14

    2.4    Penelitian Terdahulu..... 14

    2.5    Hubungan Antar Variabel..... 18

        2.5.1    Hubungan antara Motivasi Belanja Hedonis terhadap *Shopping Lifestyle*.  
                    18

        2.5.2    Hubungan antara Motivasi Belanja Hedonis terhadap *Impulse Buying* .... 18

        2.5.3    Hubungan antara *Shopping Lifestyle* dengan *Impulse Buying*. ..... 19

2.5.4	Hubungan antara Motivasi Belanja Hedonis terhadap <i>Impulse Buying</i> melalui <i>Shopping Lifestyle</i> .....	19
2.6	Hipotesis Penelitian.....	20
2.7	Model Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....		22
3.1	Desain Penelitian.....	22
3.2	Populasi dan Sampel.....	23
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.4	Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	27
3.5	Teknik Analisis Data.....	31
3.5.1.	Analisis Deskriptif.....	31
3.5.2.	Analisis Model Struktural.....	31
3.6	Hipotesis Statistika.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		33
4.	Hasil Penelitian.....	33
4.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	33
4.1.1.	Responden berdasarkan jenis kelamin :.....	33
4.1.2	Responden Berdasarkan Usia.....	34
4.1.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat ini.....	34
4.1.4	Responden berdasarkan pengeluaran per bulan.....	35
4.1.5	Responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	36
4.2	Deskripsi Data Variabel Penelitian.....	36
4.3	Analisis Inferentif.....	41
4.3.1	Measurement Model/Outer Model.....	41
4.3.1.1.	Convergent Validity.....	41
4.3.1.2	. <i>Discriminant Validity</i> .....	43
4.3.2	Pengukuran <i>Inner Model</i> .....	44
4.3.2.1.	<i>R Square</i> .....	44
4.3.2.2	<i>Path Coeficient</i> .....	45
4.3.2.3.	<i>Indirect Effect</i> .....	46
BAB V PEMBAHASAN.....		47
5.1	Pengaruh Motivasi belanja hedonis terhadap <i>Shopping Lifestyle</i> .....	47
5.2.	Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	47

5.3.	Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	48
5.4.	Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis terhadap <i>Impulse Buying</i> melalui <i>Shopping Lifestyle</i> .....	48
BAB VI KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI.....		50
6.1.	Kesimpulan .....	50
6.2.	Implikasi .....	50
6.3.	Rekomendasi.....	51
DAFTAR PUSTAKA .....		52
LAMPIRAN .....		55

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Tabel Peringkat Kunjungan Terbanyak Marketplace 2020 ..... 1  
Gambar 1. 2 Hasil Pra-Survey 20 Responden Motivasi Belanja Hedonis pada pengguna aplikasi Shopee ..... 4  
Gambar 1. 3 Hasil Pra-Survey 20 Responden Shopping Lifestyle pada pengguna aplikasi Shopee ..... 5  
Gambar 2. 1 Model Penelitian..... 20  
Gambar 3. 1 Model Analisis Struktural ..... 31  
Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 33  
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Usia..... 34  
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini ..... 34  
Gambar 4. 4 Responden Berdasarkan Pengeluaran Per-Bulan ..... 35  
Gambar 4. 5 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ..... 36  
Gambar 4. 6 Hasil Outer Loading Algoritma ..... 41

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel 3. 2 Hasil Validitas Motivasi Belanja Hedonis (X) .....	27
Tabel 3. 3 Uji Reabilitas Instrumen Variabel Motivasi Belanja Hedonis.....	28
Tabel 3. 4 Hasil Validitas Shopping Lifestyle (Z).....	29
Tabel 3. 5 Uji Rabilitas Instrumen Variabel Shopping Lifestyle .....	29
Tabel 3. 6 Hasil Validitas Impulse Buying (Y).....	30
Tabel 3. 7 Uji Reabilitas Instrumen Variabel Shopping Lifestyle .....	30
Tabel 4. 1 Kategori Penilaian Berdasarkan Kelas Interval.....	37
Tabel 4. 2 Indeks Motivasi Belanja Hedonis .....	38
Tabel 4. 3 Indeks Shopping Lifestyle .....	39
Tabel 4. 4 Indeks Impulse Buying .....	40
Tabel 4. 5 Hasil Uji Convergent Validity .....	42
Tabel 4. 6 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	42
Tabel 4. 7 Hasil Korelasi Antar Konstruk.....	43
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliability .....	44
Tabel 4. 9 Nilai R-Square Keseluruhan Sampel .....	45
Tabel 4. 10 Nilai Koefisien Jalur .....	45
Tabel 4. 11 Pengaruh Tidak Langsung Keseluruhan Sampel .....	46