

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Kuesioner Penelitian Pengaruh *Hedonic Shopping Motives, Shopping Lifestyle, Sales Promotion, Money Availability, dan Presence Of Others* Terhadap Pembelian Impulsif Pengguna Aplikasi *E-commerce* Shopee Indonesia

Responden yang terhormat,

Saya Anandityas Diah Natalia, mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *hedonic shopping motives, shopping lifestyle, sales promotion, money availability, dan presence of others* terhadap *impulse buying* pengguna *e-commerce* Shopee Indonesia. Saya mohon kesediaan Anda untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner di bawah ini berdasarkan jawaban Anda. Penelitian ini hanya sekedar kebutuhan akademis dan kerahasiaan identitas Anda akan terjaga. Atas ketersediaan yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Anandityas Diah Natalia

SCREENING RESPONDEN

1. Melakukan pembelian *online* melalui aplikasi Shopee Indonesia minimal tiga kali dalam tiga bulan terakhir
 - Ya (Jika iya maka lanjut ke pertanyaan berikutnya)
 - Tidak (Jika tidak maka pertanyaan berhenti sampai disini)
2. Mahasiswa / Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Angkatan 2016, 2017, dan 2018
 - Ya (Jika iya maka lanjut ke pertanyaan berikutnya)
 - Tidak (Jika tidak maka pertanyaan berhenti sampai disini)
3. Tahun kelahiran 1998, 1999, dan 2000
 - Ya (Jika iya maka lanjut ke pertanyaan berikutnya)
 - Tidak (Jika tidak maka pertanyaan berhenti sampai disini)

Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut dengan memberikan tanda centang (√) pada kolom pilihan jawaban yang telah tersedia.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Tahun Kelahiran :
 - 1998
 - 1999
 - 2000
3. Jenis Kelamin :
 - Perempuan
 - Laki-laki
4. Program Studi :
 - Manajemen
 - Akuntansi
 - Perpajakan
5. Lama bergabung di Shopee
 - < 1 tahun

- 1 – 2 tahun
 - > 2 tahun
6. Dalam satu bulan berapa kali anda melakukan pembelian di Shopee ?
- 1 – 3 kali
 - 4 – 6 kali
 - > 6 kali
7. Pengeluaran perbulan berbelanja di Shopee
- < Rp 150.000
 - Rp 150.000 – Rp 300.000
 - > Rp 300.000
8. Alasan menggunakan Shopee sebagai aplikasi belanja (boleh memilih > 1)
- Promo (cth: gratis ongkir, cash back, diskon, flash sale dll)
 - Tampilan yang mudah diakses
 - Pilihan produk yang lengkap
 - Memiliki harga yang bervariasi
 - Metode pembayaran beragam
 - Variasi produk beragam
 - Lainnya

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Jawablah masing-masing pertanyaan dibawah ini sesuai dengan penilaian Anda. Pilihlah salah satu jawaban dari kolom alternative jawaban yang sesuai dengan cara memberi tanda centang (✓) pada salah satu kolom jawaban yang tersedia.

Keterangan jawaban sebagai berikut:

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. N : Netral
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

DAFTAR PERTANYAAN

1. *Hedonic Shopping Motives*

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Ketika saya berbelanja di Shopee, maka saya akan menemukan produk yang baru/menarik					
2.	Proses berbelanja di Shopee membuat saya senang					
3.	Saya berbelanja di Shopee untuk membelikan orang lain					
4.	Saya membagikan informasi pengalaman berbelanja di Shopee dengan orang yang memiliki minat belanja yang sama					
5.	Saya berbelanja di Shopee ketika sedang ada diskon, <i>cashback</i> atau gratis ongkir					
6.	Ketika sedang stress, berbelanja di Shopee membuat <i>mood</i> saya lebih baik					
7.	Bagi saya, berbelanja di Shopee untuk kepuasan diri sendiri					

2. *Shopping Lifestyle*

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya menanggapi untuk membeli produk yang diiklankan Shopee					
2.	Saya membeli produk model terbaru ketika melihatnya di Shopee					
3.	Saya membeli produk di Shopee berdasarkan merek yang terkenal					

4.	Saya membeli produk merek terkenal di Shopee karena memiliki kualitas					
----	---	--	--	--	--	--

3. *Sales Promotion*

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya tertarik untuk berbelanja di Shopee karena memberikan <i>voucher</i> (misal :gratis ongkir)					
2.	Saya tertarik untuk berbelanja di Shopee karena menawarkan keuntungan pengurangan harga (misal : <i>cash back</i>)					
3.	Saya tertarik untuk berbelanja di Shopee karena memberikan harga diskon					
4.	Saya tertarik untuk berbelanja di Shopee karena terdapat undian hadiah					
5.	Saya tertarik untuk berbelanja di Shopee karena memiliki garansi pengembalian selama waktu tertentu					

4. *Money Availability*

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya memiliki kemampuan finansial untuk berbelanja di Shopee					
2.	Saya menyisihkan sejumlah uang untuk berbelanja di Shopee					

5. *Presence of Others*

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS

1.	Latar belakang pendapat keluarga mempengaruhi saya membeli produk di Shopee					
2.	<i>Brand ambassador</i> atau <i>celebrity influencer</i> membuat saya terdorong untuk membeli produk di Shopee					
3.	Rekomendasi teman mempengaruhi saya membeli produk di Shopee					

6. Pembelian Impulsif

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Ketika berbelanja di Shopee, saya secara spontan membeli produk yang diinginkan, bukan dibutuhkan					
2.	Ketika berbelanja di Shopee, saya membeli karena adanya dorongan motivasi untuk membeli secepatnya					
3.	Ketika saya berbelanja di Shopee, saya membeli karena dorongan emosi					
4.	Ketika saya berbelanja di Shopee, saya membeli tanpa memikirkan akibat yang ditimbulkan					
5.	Di Shopee, saya secara spontan membeli produk lebih karna dorongan kesenangan berbelanja (hedonistic)					
6.	Di Shopee, saya secara spontan membeli produk lebih karna dorongan gaya hidup					
7.	Di Shopee, saya secara spontan membeli produk lebih karna dorongan sales promotion					
8.	Di Shopee, saya secara spontan membeli produk lebih karna dorongan ketersediaan uang					

9.	Di Shopee, saya secara spontan membeli produk lebih karna dorongan orang lain					



Lampiran 2 : Data Tabulasi Angka Responden

57	Clara Ed	1	1	1	2	1	2	1	0	0	0	0	0	5	4	4	4	4	2	4	27	2	2	2	2	8	5	5	5	5	5	25	2	2	4	4	2	4	10	4	
58	Rio	1	2	3	1	1	1	0	1	0	0	0	0	4	4	4	4	4	4	4	28	2	2	2	2	8	4	4	4	4	4	20	2	1	3	4	4	4	12	4	
59	Putriila	2	1	2	3	2	3	1	1	1	1	1	0	5	4	4	4	4	4	5	30	2	2	2	2	8	4	4	4	4	4	20	2	2	4	4	2	4	10	4	
60	Eni	2	1	2	3	1	2	1	0	1	1	0	0	5	5	5	5	5	5	35	2	2	1	2	7	4	5	4	4	4	21	1	1	2	4	4	4	12	4		
61	Nada Lit	1	1	1	3	1	2	1	0	0	1	0	0	5	5	5	5	4	5	34	2	2	2	1	7	4	4	4	4	4	20	2	2	4	5	3	5	13	4		
62	Annisar	2	1	1	3	2	3	1	1	1	0	0	0	4	4	4	5	4	4	29	2	2	1	1	6	4	4	4	4	4	20	1	2	3	5	4	5	14	4		
63	Intan	1	1	3	2	1	2	1	0	0	0	0	0	4	4	4	4	4	5	29	2	1	2	2	7	4	4	4	4	4	20	1	3	4	4	3	4	11	5		
64	Angesti	1	1	2	3	2	2	1	1	1	1	0	0	4	4	4	5	4	4	29	4	4	4	4	16	5	5	4	5	4	23	4	1	5	2	2	2	6	4		
65	Anggun	1	1	2	2	1	1	0	1	0	1	0	3	2	2	2	2	3	16	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	3	2	5	5	3	5	13	4			
66	vincens	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	0	4	4	2	4	4	2	24	4	4	2	2	12	4	4	4	5	4	21	4	4	8	4	3	4	11	4		
67	Violita	1	1	1	3	2	2	1	0	1	1	1	0	4	4	2	2	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	21	4	3	7	4	4	12	4			
68	Ridha B	1	1	1	3	1	2	0	1	0	1	0	0	4	5	5	4	4	2	29	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	20	5	5	10	5	5	5	15	5		
69	Stellama	1	1	3	3	1	2	1	1	0	0	1	1	4	5	5	4	4	2	29	2	2	2	2	8	4	5	4	4	5	22	2	2	4	4	4	4	12	4		
70	Amadee	1	1	2	2	1	2	1	0	1	0	0	0	4	5	5	2	4	4	28	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	4	8	5	4	5	14	5		
71	Deviana	2	1	2	2	1	1	1	0	0	0	0	0	4	4	2	4	4	2	24	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	21	2	4	6	4	4	5	13	4		
72	Inge	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	4	4	2	2	4	2	24	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	20	5	5	10	4	2	4	10	4		
73	Teti	2	2	3	1	1	2	1	0	0	0	0	0	4	4	2	4	4	2	24	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25	2	2	4	5	4	4	13	4		
74	Vinca	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0	0	5	5	5	4	4	2	29	4	4	5	5	18	4	5	4	5	4	22	4	4	8	5	3	5	13	5		
75	Noel	3	2	2	3	1	2	1	0	1	1	0	0	5	5	5	5	5	2	32	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	21	3	4	7	4	2	4	10	4		
76	Riki	1	2	2	2	1	1	1	1	0	1	0	0	4	5	5	2	4	2	26	2	2	4	2	10	4	4	4	4	2	18	4	2	6	4	4	4	12	4		
77	Brigita C	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	0	0	4	4	2	2	4	2	22	2	2	1	2	7	4	5	5	5	4	23	1	2	3	4	4	4	12	4		
78	Catrien	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	0	0	5	5	5	4	4	2	29	1	2	1	1	5	4	2	2	4	14	2	2	4	4	4	4	12	5			
79	Jovita	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	5	4	5	4	4	2	29	4	4	2	4	14	4	4	4	4	4	20	5	5	10	4	4	4	12	4		
80	Petrus C	1	2	1	3	1	1	1	1	0	1	0	0	4	4	2	4	4	4	26	4	4	2	2	12	4	4	4	4	4	20	1	1	2	5	5	5	15	5		
81	Faza	3	2	2	2	1	1	1	0	0	0	0	0	4	4	2	4	4	2	24	2	2	2	2	8	4	4	2	4	18	3	2	5	4	4	4	12	4			
82	Fajar	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	4	4	2	4	4	2	24	1	1	2	2	6	4	4	4	4	4	20	2	2	4	4	2	4	10	4		
83	Sabathe	1	1	1	3	3	2	1	1	0	1	1	0	4	4	5	5	5	5	33	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	1	1	2	4	4	4	12	5		
84	Vrida Ay	1	1	1	2	1	2	1	0	1	1	1	0	5	5	3	4	4	2	27	4	4	1	4	13	5	5	5	5	5	25	1	1	2	5	4	4	13	5		
85	Sesilia N	2	1	1	2	3	2	1	1	1	0	0	0	5	4	5	5	4	2	29	2	2	2	4	10	4	4	1	4	17	2	2	4	5	5	5	15	5			
27	Tarsistus	1	2	3	2	1	1	1	0	1	1	1	0	4	4	4	2	3	2	21	2	2	2	4	10	4	4	4	3	2	17	3	2	5	1	3	2	4	9	2	4
30	Poel Jov	2	2	1	3	1	3	1	1	1	1	0	0	4	5	3	4	5	5	28	2	2	4	4	12	2	2	2	2	2	10	5	4	9	2	4	4	10	4	4	
31	Jane	1	1	1	3	2	2	1	0	0	1	0	0	5	4	5	2	5	1	25	2	5	4	4	15	5	5	5	5	4	24	1	2	3	2	2	4	8	4	3	
32	Inge	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	2	2	4	5	5	5	28	2	2	2	1	7	2	2	4	4	2	14	1	1	2	4	4	4	12	4	4	
33	Brian wij	2	2	2	3	1	2	0	1	1	1	0	0	3	1	1	4	3	4	20	2	2	4	4	12	1	3	3	5	4	16	2	1	3	4	2	4	10	4	4	
34	Kevin	1	2	2	2	1	2	0	0	0	0	1	2	4	4	4	4	2	4	24	2	2	1	1	6	3	3	4	4	2	16	1	1	2	1	1	2	4	4	4	
35	Raditya	3	2	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	2	2	5	5	5	5	28	5	5	4	4	18	1	1	1	2	2	7	5	4	9	4	3	4	11	5	5	
36	Regina l	1	1	1	3	1	2	1	1	1	0	0	0	5	4	5	4	5	3	30	2	4	4	4	14	4	3	2	4	17	1	2	3	2	1	1	4	5	5		
37	Wulan	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	0	0	5	4	4	3	4	1	24	1	1	3	1	6	5	4	4	3	3	19	1	2	3	2	2	3	7	4	4	
38	Abi Rijko	1	2	1	3	1	1	0	1	0	0	1	0	5	5	5	5	4	4	33	5	5	5	3	16	5	5	5	5	5	25	1	1	2	4	5	5	14	2	2	
39	Theresia	2	1	2	3	1	1	1	0	1	0	1	1	4	4	4	3	5	4	28	4	3	3	3	13	2	1	4	4	15	2	1	3	5	3	3	11	5	5		
40	difa sanj	1	2	1	2	1	1	1	0	0	0	0	0	5	4	3	4	4	3	27	3	3	4	4	14	4	5	4	3	5	21	3	2	5	4	2	4	10	5	5	
41	Maddo	1	2	1	3	2	2	1	0	0	0	0	0	5	5	5	4	5	4	33	4	4	3	2	13	5	5	4	5	5	24	2	2	4	4	3	4	11	4	4	
42	Winston	2	2	1	3	2	3	1	0	0	0	0	2	2	2	3	2	4	4	19	2	2	2	3	9	5	5	5	4	5	24	5	1	6	5	3	5	13	4	4	
43	Yulita Cr	3	1	3	3	1	1	1	0	1	0	1	0	1	2	1	3	2	2	12	4	3	2	4	13	2	2	3	4	2	13	3	2	5	3	1	1	5	5	5	
44	Aldy	2	2	2	2	1	1	0	0	0	0	1	0	4	5	4	3	5	3	28	4	3	2	4	13	2	2	3	3	1	11	3	2	5	3	4	3	10	4	4	
45	Chritina	1	1	1	3	2	3	1	0	0	1	0	0	4	3	3	3	5	3	23	2	1	2	3	8	4	4	5	2	4	19	3	1	4	2	2	4	8	4	4	
46	clawdp	1	1	2	3	1	2	1	1	1	0	0	0	5	4	5	5	5	4	33	4	4	1	2	11	4	4	5	5	4	22	4	4	8	4	2	4	10	2	2	
47	Rosi	3	2	2	3	1	1	0	1	1	1	0	0	2	2	4	2	4	2	18	4	2	2	2	10	5	3	2	3	4	17	4	2	6	4	4	2	10	4	4	
48	Evan	2	2	3	2	1	2	1	0	1	1	1	0	4	4	2	5	5	4	28	2	2	2	4	10	4</															

Lampiran 3 : Karakteristik Responden

TAHUN KELAHIRAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1998	68	68.0	68.0	68.0
1999	20	20.0	20.0	88.0
2000	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

JENIS KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Perempuan	62	62.0	62.0	62.0
Laki-laki	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

PROGRAM STUDI

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Manajemen	51	51.0	51.0	51.0
Akuntansi	36	36.0	36.0	87.0
Perpajakan	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

LAMA BERGABUNG

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 1 tahun	13	13.0	13.0	13.0
1 - 2 tahun	33	33.0	33.0	46.0
> 2 tahun	54	54.0	54.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

SATU BULAN BERBELANJA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 - 3 kali	75	75.0	75.0	75.0
4 - 6 kali	16	16.0	16.0	91.0
> 6 kali	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

PENGELUARAN BELANJA PERBULAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 150.000	32	32.0	32.0	32.0
Rp 150.000 - Rp 300.000	48	48.0	48.0	80.0
> Rp 300.000	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

ALASAN BERBELANJA

Promo

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	14	14.0	14.0	14.0
1	86	86.0	86.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Tampilan Yang Mudah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	46	46.0	46.0	46.0
1	54	54.0	54.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pilihan Produk

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	45	45.0	45.0	45.0
1	55	55.0	55.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Memiliki Harga Bervariasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	49	49.0	49.0	49.0
1	51	51.0	51.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Metode Pembayaran Beragam

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	73	73.0	73.0	73.0
1	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Variasi_Produk

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	89	89.0	89.0	89.0
1	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

HEDONIC SHOPPING MOTIVE

Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reliabilitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.667**	.351**	.255*	.232*	-.040	.373**	.620**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.011	.020	.693	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.667**	1	.406**	.276**	.314**	.022	.390**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.005	.001	.826	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.351**	.406**	1	.310**	.323**	.155	.259**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.001	.124	.009	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.255*	.276**	.310**	1	.258**	.355**	.385**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.011	.005	.002		.010	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.232*	.314**	.323**	.258**	1	.280**	.289**	.590**
	Sig. (2-tailed)	.020	.001	.001	.010		.005	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	-.040	.022	.155	.355**	.280**	1	.207*	.499**
	Sig. (2-tailed)	.693	.826	.124	.000	.005		.038	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.373**	.390**	.259**	.385**	.289**	.207*	1	.653**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.009	.000	.004	.038		.000

N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_ Pearson X1 Correlation	.620**	.676**	.665**	.659**	.590**	.499**	.653**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

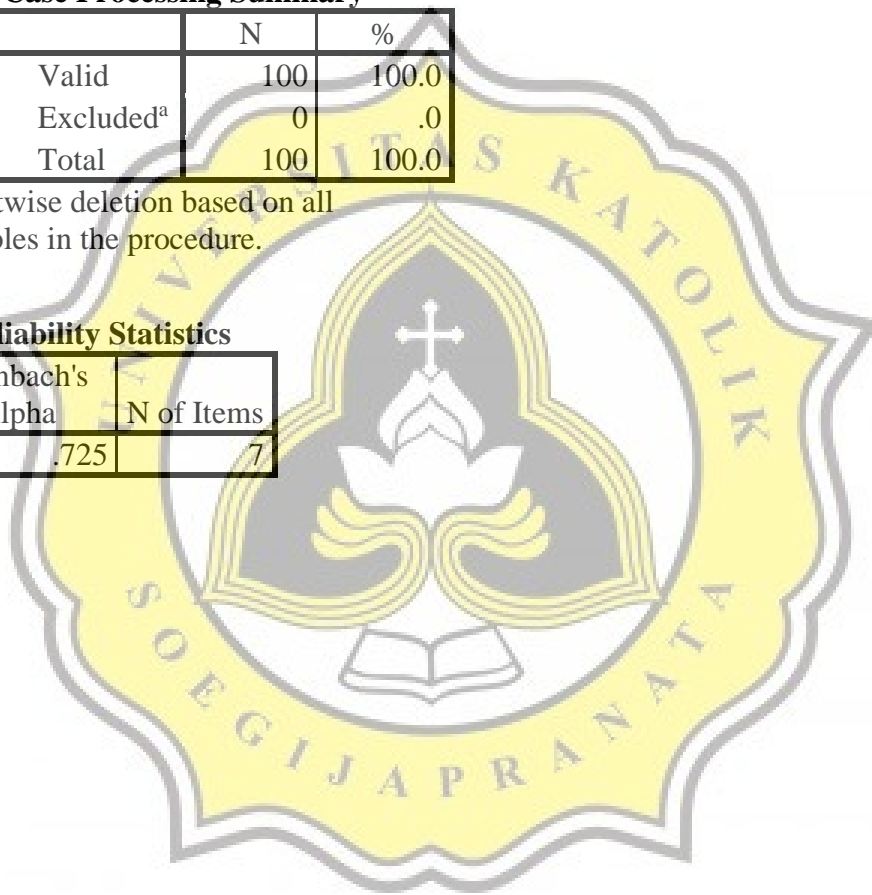
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.725	7



SHOPPING LIFESTYLE

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total_X 2
X2.1	Pearson Correlation	1	.828**	.607**	.490**	.852**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.828**	1	.680**	.530**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.607**	.680**	1	.683**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.490**	.530**	.683**	1	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_X 2	Pearson Correlation	.852**	.888**	.879**	.792**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

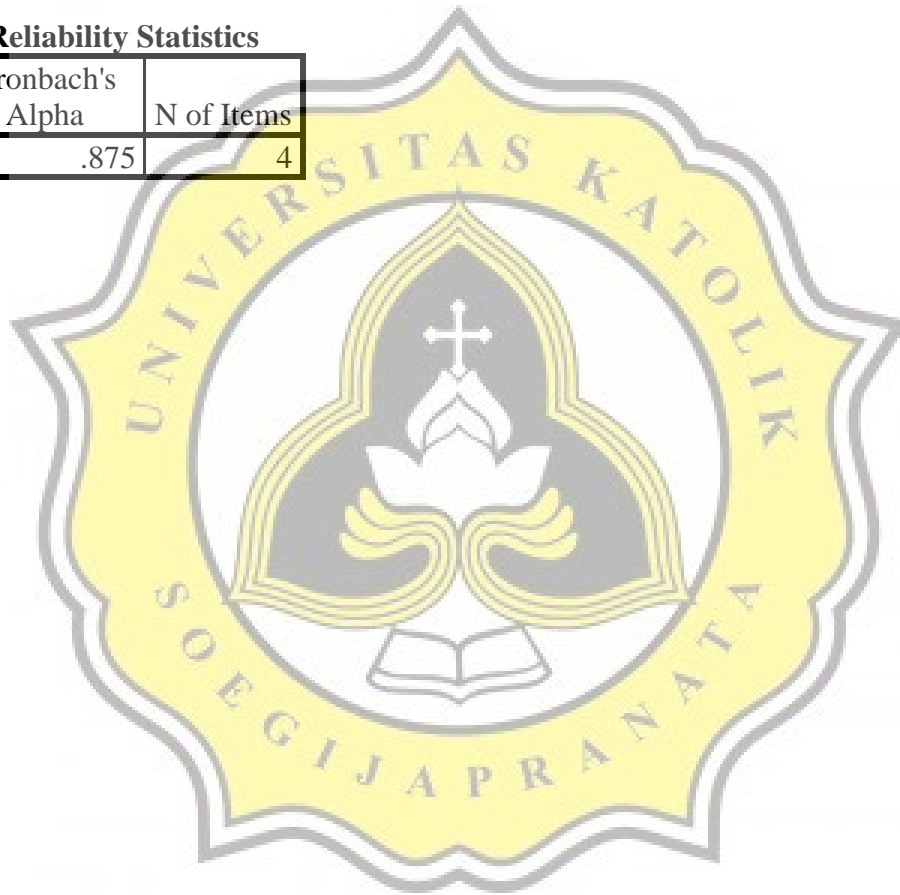
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	4



SALES PROMOTION

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total_X 3
X3.1	Pearson Correlation	1	.803**	.490**	.371**	.511**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.803**	1	.633**	.397**	.609**	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.490**	.633**	1	.359**	.404**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.371**	.397**	.359**	1	.266**	.632**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.511**	.609**	.404**	.266**	1	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.007		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_X 3	Pearson Correlation	.826**	.894**	.756**	.632**	.723**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

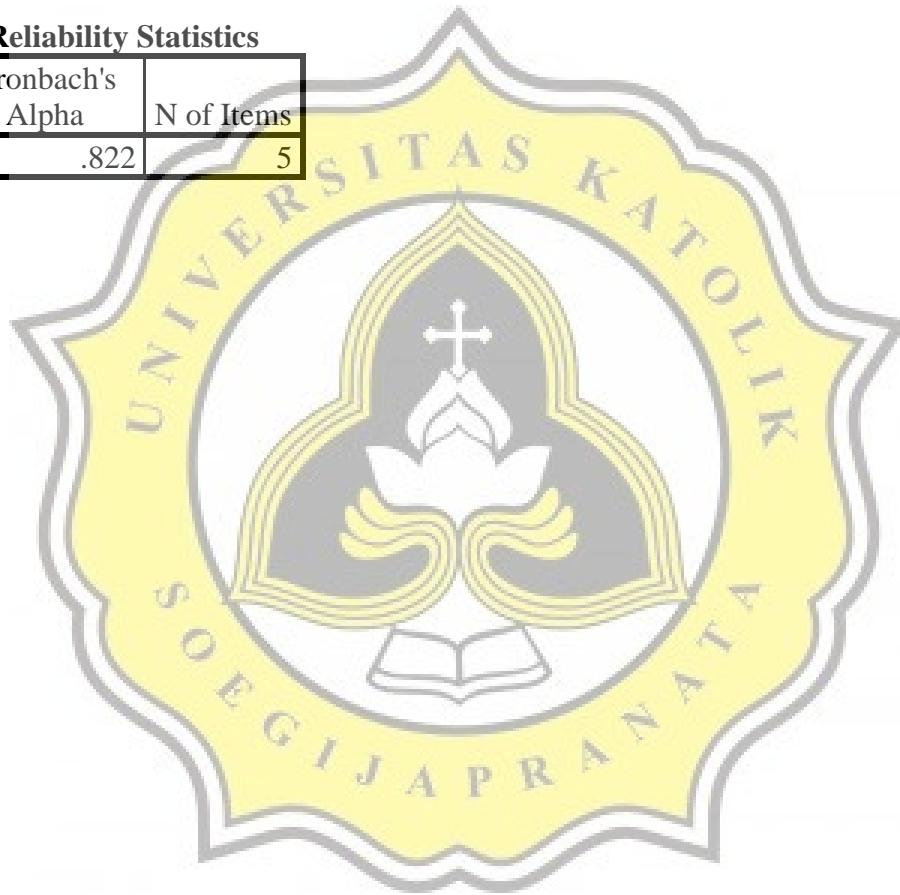
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.822	5



MONEY AVAILABILITY

Correlations

		X4.1	X4.2	Total_X 4
X4.1	Pearson Correlation	1	.703**	.926**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.703**	1	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
Total_X 4	Pearson Correlation	.926**	.919**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.825	2

PRESENCE OF OTHERS

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	Total_X 5
X5.1	Pearson Correlation	1	.615**	.585**	.870**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.615**	1	.499**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	.585**	.499**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Total_X 5	Pearson Correlation	.870**	.841**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	3

PEMBELIAN IMPULSIF

Correlations

	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Total _Y1
Y1.1 Pearson Correlation	1	.856**	.643**	.614**	.422**	.341**	.289**	.260**	.341**	.785**
Sig. (2- tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.004	.009	.001	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.2 Pearson Correlation	.856*	1	.707**	.581**	.547**	.439**	.331**	.223*	.376**	.830**
Sig. (2- tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.026	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.3 Pearson Correlation	.643*	.707**	1	.513**	.523**	.326**	.389**	.106	.213*	.720**
Sig. (2- tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.292	.033	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.4 Pearson Correlation	.614*	.581**	.513**	1	.594**	.278**	.316**	.097	.321**	.703**
Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000		.000	.005	.001	.338	.001	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.5 Pearson Correlation	.422*	.547**	.523**	.594**	1	.472**	.538**	.047	.379**	.731**
Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.640	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.6 Pearson Correlation	.341*	.439**	.326**	.278**	.472**	1	.427**	.153	.223*	.619**
Sig. (2- tailed)	.001	.000	.001	.005	.000		.000	.128	.026	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.7 Pearson Correlation	.289*	.331**	.389**	.316**	.538**	.427**	1	.200*	.487**	.651**
Sig. (2- tailed)	.004	.001	.000	.001	.000	.000		.046	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.8 Pearson	.260*	.223*	.106	.097	.047	.153	.200*	1	.224*	.414**

	Correlation Sig. (2-tailed)	*									
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.9	Pearson Correlation	.341*	.376**	.213*	.321**	.379**	.223*	.487**	.224*	1	.590**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.033	.001	.000	.026	.000	.025		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_Y1	Pearson Correlation	.785*	.830**	.720**	.703**	.731**	.619**	.651**	.414**	.590**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	9

Lampiran 5 : Deskripsi Jawaban Responden

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	12	12.0	12.0	13.0
Netral	3	3.0	3.0	16.0
Setuju	55	55.0	55.0	71.0
Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	10	10.0	10.0	12.0
Netral	5	5.0	5.0	17.0
Setuju	58	58.0	58.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Tidak Setuju	23	23.0	23.0	26.0
Netral	16	16.0	16.0	42.0
Setuju	27	27.0	27.0	69.0
Sangat Setuju	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	23	23.0	23.0	23.0
Netral	14	14.0	14.0	37.0
Setuju	46	46.0	46.0	83.0
Sangat Setuju	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
Netral	11	11.0	11.0	18.0
Setuju	53	53.0	53.0	71.0
Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Tidak Setuju	37	37.0	37.0	40.0
Netral	13	13.0	13.0	53.0
Setuju	24	24.0	24.0	77.0
Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	14	14.0	14.0	15.0
Netral	9	9.0	9.0	24.0
Setuju	50	50.0	50.0	74.0
Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
Tidak Setuju	34	34.0	34.0	40.0
Netral	10	10.0	10.0	50.0
Setuju	37	37.0	37.0	87.0
Sangat Setuju	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	9	9.0	9.0	9.0
Tidak Setuju	31	31.0	31.0	40.0
Netral	13	13.0	13.0	53.0
Setuju	35	35.0	35.0	88.0
Sangat Setuju	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	9	9.0	9.0	9.0
Tidak Setuju	32	32.0	32.0	41.0
Netral	6	6.0	6.0	47.0
Setuju	30	30.0	30.0	77.0
Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
Tidak Setuju	18	18.0	18.0	25.0
Netral	7	7.0	7.0	32.0
Setuju	46	46.0	46.0	78.0
Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
Tidak Setuju	7	7.0	7.0	11.0
Netral	2	2.0	2.0	13.0
Setuju	56	56.0	56.0	69.0
Sangat Setuju	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Tidak Setuju	7	7.0	7.0	10.0
Netral	4	4.0	4.0	14.0
Setuju	55	55.0	55.0	69.0
Sangat Setuju	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
Tidak Setuju	6	6.0	6.0	10.0
Netral	5	5.0	5.0	15.0
Setuju	47	47.0	47.0	62.0
Sangat Setuju	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X3.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Tidak Setuju	9	9.0	9.0	12.0
Netral	14	14.0	14.0	26.0
Setuju	45	45.0	45.0	71.0
Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X3.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	13	13.0	13.0	15.0
Netral	4	4.0	4.0	19.0
Setuju	60	60.0	60.0	79.0
Sangat Setuju	21	21.0	21.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X4.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	17	17.0	17.0	17.0
Tidak Setuju	32	32.0	32.0	49.0
Netral	13	13.0	13.0	62.0
Setuju	27	27.0	27.0	89.0
Sangat Setuju	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X4.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	21	21.0	21.0	21.0
Tidak Setuju	41	41.0	41.0	62.0
Netral	6	6.0	6.0	68.0
Setuju	26	26.0	26.0	94.0
Sangat Setuju	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X5.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
Tidak Setuju	11	11.0	11.0	17.0
Netral	8	8.0	8.0	25.0
Setuju	50	50.0	50.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X5.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
Tidak Setuju	20	20.0	20.0	26.0
Netral	18	18.0	18.0	44.0
Setuju	40	40.0	40.0	84.0
Sangat Setuju	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X5.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
Tidak Setuju	10	10.0	10.0	14.0
Netral	7	7.0	7.0	21.0
Setuju	45	45.0	45.0	66.0
Sangat Setuju	34	34.0	34.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	15	15.0	15.0	16.0
Netral	5	5.0	5.0	21.0
Setuju	46	46.0	46.0	67.0
Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	11	11.0	11.0	12.0
Netral	7	7.0	7.0	19.0
Setuju	51	51.0	51.0	70.0
Sangat Setuju	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Tidak Setuju	14	14.0	14.0	17.0
Netral	5	5.0	5.0	22.0
Setuju	57	57.0	57.0	79.0
Sangat Setuju	21	21.0	21.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	15	15.0	15.0	17.0
Netral	4	4.0	4.0	21.0
Setuju	53	53.0	53.0	74.0
Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Tidak Setuju	7	7.0	7.0	10.0
Netral	9	9.0	9.0	19.0
Setuju	62	62.0	62.0	81.0
Sangat Setuju	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
Tidak Setuju	40	40.0	40.0	45.0
Netral	7	7.0	7.0	52.0
Setuju	35	35.0	35.0	87.0
Sangat Setuju	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y1.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Tidak Setuju	9	9.0	9.0	12.0
Netral	9	9.0	9.0	21.0
Setuju	59	59.0	59.0	80.0
Sangat Setuju	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y1.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
Tidak Setuju	45	45.0	45.0	50.0
Netral	8	8.0	8.0	58.0
Setuju	27	27.0	27.0	85.0
Sangat Setuju	15	15.0	15.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y1.9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
Tidak Setuju	9	9.0	9.0	13.0
Netral	13	13.0	13.0	26.0
Setuju	45	45.0	45.0	71.0
Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 6 : Analisis Regresi Linear Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.516 ^a	.266	.227	5.208

a. Predictors: (Constant), Presence of Others, Money Availability, Hedonic Shopping Motives, Sales Promotion, Shopping Lifestyle

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	924.723	5	184.945	6.817	.000 ^b
	Residual	2550.027	94	27.128		
	Total	3474.750	99			

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

b. Predictors: (Constant), Presence of Others, Money Availability, Hedonic Shopping Motives, Sales Promotion, Shopping Lifestyle

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.113	3.996		4.533	.000
	Hedonic Shopping Motives	.096	.122	.073	.787	.433
	Shopping Lifestyle	-.075	.142	-.054	-.526	.600
	Sales Promotion	.067	.152	.043	.440	.661
	Money Availability	.400	.255	.159	1.569	.120
	Presence of Others	.945	.201	.453	4.710	.000

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif



8.83% PLAGIARISM
APPROXIMATELY

0.26% IN QUOTES

Report #11636146

PENDAHULUAN Latar Belakang Penelitian Di era digital saat ini handphone merupakan alat komunikasi yang tidak dapat lepas dari genggaman manusia. Selain memiliki kegunaan membantu memasarkan suatu produk atau jasa dan berfungsi untuk melakukan komunikasi, handphone juga memudahkan konsumen untuk dapat melakukan pencarian, dan pembelian kebutuhan atau barang yang diinginkan. Saat ini pembelian tidak harus dilakukan melalui toko konvensional tetapi dapat dilakukan melalui toko online. Pembelian online mendukung gaya hidup masyarakat menjadi serba instan dan mengharuskan pelaku bisnis mengikuti penjualan secara online. ¹⁸⁷ Salah satu teknologi yang dapat digunakan untuk membantu melakukan pembelian online adalah e-commerce. E-commerce adalah salah satu cara bertransaksi untuk menjual dan membeli barang - barang dan jasa melalui jaringan internet. E-commerce atau perdagangan elektronik merupakan suatu transaksi pembelian, penjualan, suatu produk dengan menggunakan jaringan komunikasi dan melalui jaringan internet untuk melakukan proses bisnis. (Pearson, 2008 dalam Aco & Endang, 2017). Sedangkan pengertian e-commerce menurut Wong (2010) dalam (Aco & Endang, 2017) yang menjelaskan pembelian, penjualan dan pemasaran produk serta jasa melalui sistem elektronik. Maka dapat ditarik kesimpulan e-commerce