

**PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN
SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF PRODUK *SKINCARE* PADA MAHASISWI
PENGGUNA TOKOPEDIA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen**

Oleh :

Komang Putri Sidarsi

NIM. 2017041016

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2024


SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA**

Menyetujui

Pembimbing I,

Pembimbing II,




Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.
NIP. 198602112019031005



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001

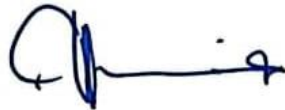
Skripsi oleh Komang Putri Sidarsi
Telah dipertahankan didepan dewan penguji
Pada tanggal: 27 Maret 2024

Dewan Penguji,



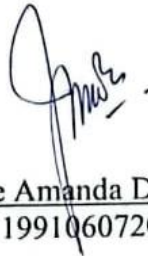
Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M
NIP. 198602112019031005

(Ketua)



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si
NIP. 196810291993032001

(Anggota)



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana Manajemen

Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 27 Maret 2024


Mengetahui,

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si
NIP. 196810291993032001

Sekretaris Ujian,



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si.
NIP. 19790616162002121002

PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Dan *Shopping Lifestyle* Terhadap Pembelian Impulsif Produk *Skincare* Pada Mahasiswi Pengguna Tokopedia” beserta isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan penipuan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya atau ada klaim terhadap karya saya.

Singaraja, 28 Januari 2024
Yang membuat pernyataan,



Komang Putri Sidarsi
2017041016

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Konformitas Teman Sebaya dan *Shopping Lifestyle* Terhadap Pembelian Impulsif Produk *Skincare* Pada Mahasiswi Pengguna Tokopedia”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Bapak Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E.Ak, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Bapak Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A selaku Ketua Jurusan Manajemen di Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Ibu Made Amanda Dewanti, S.E., M.M selaku Koordinator Program Studi Manajemen yang memberikan arahan dan petunjuk dalam penyelesaian skripsi.
5. Bapak Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan selama masa perkuliahan.
6. Bapak Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. selaku pembimbing utama yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta selalu sabar dan tulus memberikan bimbingan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Ibu Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si selaku pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta selalu sabar dan tulus memberikan bimbingan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

8. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu mendidik dan membimbing penulis selama belajar di Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
9. Kedua orang tua, saudara, serta keluarga yang tiada henti-hentinya memberikan doa, kasih sayang, dukungan serta motivasi untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat penulis Koming della Aprilia Sagita, Wayan Bayu Santika Prayoga, Aulia Maulidah, Linda Widyasari, Putu Meira Cahyani, Komang Sekar Natalia, Ayu Dani, Vina Imelda Putri serta rekan-rekan mahasiswa yang memberikan semangat, saran, dan turut berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Pihak-pihak lain yang terlibat dalam penyusunan ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu, demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berhadap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Singaraja, Januari 2024



Penulis,

DAFTAR ISI

	HALAMAN
PRAKATA	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Pembelian impulsif	14
2.1.1 Pengertian Pembelian Impulsif	14
2.1.2 Faktor-faktor Pembelian Impulsif	15
2.1.3 Tipe-tipe Pembelian Impulsif	16
2.1.4 Aspek Pembelian Impulsif	17
2.1.5 Indikator Pembelian Impulsif	17
2.2 Konformitas Teman Sebaya	18
2.2.1 Pengertian Konformitas Teman Sebaya	18
2.2.2 Aspek-aspek Konformitas Teman Sebaya	20
2.2.3 Indikator Konformitas Teman Sebaya	20
2.3 <i>Shopping Lifestyle</i>	21
2.3.1 Pengertian <i>Shopping Lifestyle</i>	21

2.3.2	Faktor-faktor <i>Shopping Lifestyle</i>	22
2.3.3	Indikator <i>Shopping Lifestyle</i>	23
2.4	Penelitian Relevan.....	24
2.5	Hubungan Antar Variabel.....	27
2.5.1	Hubungan Konformitas Teman Sebaya dan <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap Pembelian Impulsif.....	27
2.5.2	Hubungan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Pembelian Impulsif	28
2.5.3	Hubungan <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap Pembelian Impulsif.....	29
2.6	Kerangka Berpikir.....	30
2.7	Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....		35
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	35
3.2	Rancangan Penelitian	35
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
3.4	Metode Pengumpulan Data	37
3.4.1	Metode Pengumpulan Data	37
3.4.2	Instrumen Variabel Terikat	37
3.4.2.1	Definisi Operasional Variabel Terikat.....	37
3.4.2.2	Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	38
3.4.2.3	Pengujian Instrumen Penelitian.....	39
3.4.3	Instrumen Variabel Bebas	41
3.4.3.1	Definisi Operasional Variabel Bebas	41
3.4.3.2	Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	42
3.4.3.3	Pengujian Instrumen Penelitian.....	43
3.5	Metode dan Teknik Analisis Data.....	45
3.6	Hipotesis Statistik	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Deskripsi Data.....	52
4.2	Pengujian Asumsi	54
4.3	Pengujian Hipotesis.....	60

4.4 Pembahasan	62
4.4.1 Pengaruh Konformitas Teman Sebaya dan <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap Pembelian Impulsif	63
4.4.2 Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Pembelian Impulsif .	66
4.4.3 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap Pembelian Impulsif.....	69
4.5 Implikasi.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Rangkuman.....	74
5.2 Kesimpulan.....	75
5.3 Saran	76
DAFTAR RUJUKAN.....	78
LAMPIRAN	83



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. 1 Top Brand Index kategori E-Commerce di Indonesia.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan.....	24
Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen Variabel Terikat.....	38
Tabel 3. 2 <i>Output</i> Uji Validitas Variabel Terikat	40
Tabel 3. 3 <i>Output</i> Uji Reliabilitas Variabel Terikat	41
Tabel 3. 4 Kisi-kisi Instrumen Variabel Bebas	42
Tabel 3.5 <i>Output</i> Uji Validitas Variabel Bebas.....	44
Tabel 3. 6 <i>Output</i> Uji Reliabilitas Variabel Bebas	45
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Dari Segi Usia.....	52
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Dari Segi Pekerjaan.....	53
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Dari Segi Pendapatan.....	54
Tabel 4. 4 <i>Output</i> Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	56
Tabel 4. 5 <i>Output</i> Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4. 6 <i>Output</i> Uji Regresi Berganda.....	58
Tabel 4. 7 <i>Output</i> Uji Koefisien Determinan	59
Tabel 4. 8 <i>Output</i> Uji F.....	60
Tabel 4. 9 <i>Output</i> Uji t.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet Indonesia	2
Gambar 1. 2 Lima <i>E-Commerce</i> dengan kunjungan terbanyak di Indonesia.....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	33
Gambar 4. 1 Grafik Uji Normalitas Berdasarkan Nomal Plot.....	55
Gambar 4. 2 Grafik Uji Heteroskedastisitas.....	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	84
Lampiran 2. Gambaran Umum Responden.....	88
Lampiran 3. Tabulasi Data Uji Coba Kuesioner (Test 1)	89
Lampiran 4. Tabulasi Data Sampel Penelitian (Test 2)	92
Lampiran 5. <i>Output</i> Pengujian Asumsi dan Pengujian Hipotesis Pada SPSS	95
Lampiran 6. Dokumentasi.....	100

