

**HUBUNGAN ANTARA *HEDONIC SHOPPING  
MOTIVATION* DAN *SHOPPING LIFESTYLE* DENGAN  
*IMPULSIVE BUYING* PADA DEWASA AWAL PENGGUNA  
*E-COMMERCE SHOPEE* DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Psikologi  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi**



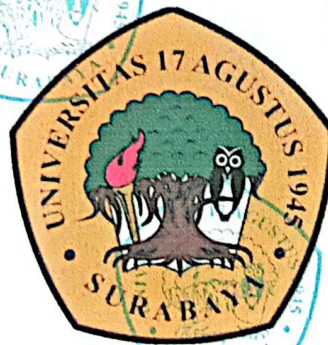
**Oleh :  
APRILLIA STEVANI MUTIARA  
NBI: 1512100249**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2025**

**HUBUNGAN ANTARA *HEDONIC SHOPPING*  
*MOTIVATION* DAN *SHOPPING LIFESTYLE* DENGAN  
*IMPULSIVE BUYING* PADA DEWASA AWAL PENGGUNA  
*E-COMMERCE SHOPEE* DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Psikologi  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi**



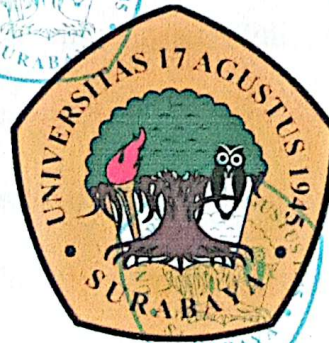
**Oleh :  
APRILLIA STEVANI MUTIARA  
NBI: 1512100249**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2025**

**HUBUNGAN ANTARA *HEDONIC SHOPPING*  
*MOTIVATION* DAN *SHOPPING LIFESTYLE* DENGAN  
*IMPULSIVE BUYING* PADA DEWASA AWAL PENGGUNA  
*E-COMMERCE SHOPEE* DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Psikologi  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi**



**Oleh :  
APRILLIA STEVANI MUTIARA  
NBI: 1512100249**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2025**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PENJIPLAKAN

Saya yang bertaanda tangan dibawah ini:

Nama : Aprillia Stevani Mutiara

NPM : 1512100249

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa karya tulis dalam skripsi yang berjudul “Hubungan Antara Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle dengan Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Pengguna E-Commerce Shopee di Surabaya” merupakan karya tulis yang saya tulis sendiri dan tidak melakukan plagiasi dan pengutipan yang melanggar etika. Sesuai dengan pernyataan ini maka saya akan bertanggung jawab apabila terbukti adanya pelanggaran terhadap keaslian karya tulis ini dikemudian hari.

Surabaya, 12 Juli 2025



Aprillia Stevani Mutiara

NBI:1512100249



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext 311)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA  
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,  
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aprillia Stevani Mutiara  
NBI/ NPM : 1512100249  
Fakultas : Psikologi  
Program Studi : Psikologi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk  
memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945  
Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free  
Right)*, atas karya saya yang berjudul:

**Hubungan Antara Hedonic Shopping Motivation dan Shopping  
Lifestyle dengan Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Pengguna E-  
Commerce Shopee di Surabaya**

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free  
Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak  
menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam  
bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah  
saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Surabaya  
Pada tanggal : 13 Juli 2025

Yang Menyatakan



Aprillia Stevani Mutiara

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**NAMA** : Aprillia Stevani Mutiara  
**NBI** : 1512100249  
**JUDUL** : Hubungan Antara *Hedonic Shopping Motivaton* dan *Shopping Lifestyle* dengan *Impulsive Buying* pada Pengguna *E-Commerce* Shopee di Surabaya

Surabaya, 11 Juli 2025

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

  
Dr. Devi Puspitasari, S.Psi., M.Psi.,  
Psikolog.

  
Eko April Ariyanto, S.Psi.,  
M.Psi

**HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI**

**Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi**

**Pada Tanggal : 17 Juli 2025**

**Dewan Penguji :**

**1. Eben Ezer Nainggolan, S.Psi., M.Si., S.H., M.Kn., Psikolog .....**

**2. Dr. Devi Puspitasari, S.Psi., M.Psi., Psikolog .....**

**3. Eko April Ariyanto, S.Psi., M.Psi**

**Mengesahkan**

**Fakultas Psikologi**

**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**Dekan,**

**Dr. Rr. Amanda Pasca Rini, M.Si., Psikolog**

**NPP. 20510020552**

## HALAMAN MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.  
Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”  
(Q.S. Al-Insyirah, 94:5-6)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”  
(Q.S. Al-Baqarah, 2: 286)

*“God have perfect timing, never early, never late. It takes a little patience and it takes a lot of faith, but it’s a worth the wait.”*

*“God’s plan is always the best, something the process is painful and hard but don’t forget that when God is silent. He’s doing something for you.”*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, karya ini penulis persembahkan kepada orang tua, kakak, dan keluarga besar. Terima kasih untuk cinta pertamaku alm. Ayah yang telah mendidik putrinya menjadi gadis yang tidak mudah menyerah. Beliau selalu memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial, serta memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anak-anaknya. Rasa terima kasih yang sangat besar penulis ucapkan kepada Ibu. Beliau adalah orang hebat yang tak kenal lelah mendoakan serta tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta. Serta terima kasih atas semua pengorbanan yang telah diberikan dan selalu mengusahakan yang terbaik untuk penulis. Terima kasih untuk kakak serta keluarga besar yang selalu menjadi penyemangat dan membuat penulis termotivasi untuk bisa terus belajar menjadi adik bungsu yang baik dan memberikan pengaruh positif dalam keluarga. Besar harapan penulis semoga Ibu dan semua keluarga bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan penulis raih dimasa yang akan datang.

Ucapan terima kasih yang mendalam juga penulis sampaikan kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan yang selalu hadir dalam saat senang maupun sedih. Terima kasih telah bersedia meminjamkan bahu saat penulis membutuhkan tempat untuk bersandar dan bersedia menjadi tempat bercerita maupun bertukar pikiran di tengah perjalanan akademik selama 4 tahun ini.

Terakhir, penulis mempersembahkan karya ini kepada diri sendiri sebagai bentuk apresiasi atas ketekunan dan keteguhan dalam menyelesaikan proses akademik ini. Terima kasih sudah memilih untuk tetap bertahan, berjuang, dan mengusahakan untuk memberikan yang terbaik. Serta terima kasih, telah menjadi perempuan yang tidak pernah menyerah, kuat dan ikhlas atas semua perjalanan hidup yang mengecewakan dan menyakitkan. Bagaimanapun kehidupanmu selanjutnya, hargai dirimu, rayakan dirimu, dan berbahagialah atas segala proses yang dilalui untuk masa depan yang lebih baik dan cerah.

## *CURRICULUM VITAE*



### **A. Identitas Diri**

Nama : Aprillia Stevani Mutiara  
Tempat, Tanggal Lahir : Kediri, 06 April 2003  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Email : [aprilliastevani06@gmail.com](mailto:aprilliastevani06@gmail.com)  
No. Telpn : 085815425671

### **B. Riwayat Pendidikan**

2021 – Sekarang : Universitas 17 Agustus 1945  
2018 – 2021 : SMA Negeri 1 Purwoasri  
2015 – 2018 : SMP Negeri 1 Purwoasri  
2009 – 2015 : SD Negeri Plemahan 1

### **C. Riwayat Pekerjaan**

Maret – Juli 2024 : *Internship Staff* HRD CV. Delva Digital

### **D. Riwayat Organisasi**

Mei – Oktober 2023 : Sie Hubungan Masyarakat – Lomba Debat  
Fakultas Psikologi  
Juli 2022 – Februari 2023 : *Staff Human Resource* – Develophilia  
Indonesia

### **E. Kemampuan**

Softskill : *Adaptive*  
*Communication Skill*  
*Problem Solving*  
Hardskill : *Microsoft Skill*  
*Psychologycal Test Administration*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat rahmat dan karunia-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis berupa skripsi untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana yang berjudul “Hubungan Antara *Hedonic Shopping Motivation* dan *Shopping Lifestyle* dengan *Impulsive Buying* pada Dewasa Awal Pengguna *E-Commerce* Shopee di Surabaya.”

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang terkait dan turut berpartisipasi dalam keberlangsungan penulisan ini. Tentunya penulis menyadari bahwa karya tulis ini tidaklah sempurna, beberapa hal yang perlu dikoreksi dari karya tulis ini. Namun, berkat bimbingan, dukungan, serta bantuan berbagai pihak yang berpartisipasi dalam pengerjaan karya tulis ini, sehingga karya tulis ini dapat selesai sebagaimana mestinya. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu yang selalu memberikan dukungan moral dan kasih sayang tanpa henti. Tanpa kehadiran beliau, penulis tidak akan mampu melewati berbagai tantangan dalam menyelesaikan karya tulis ini.
2. Bapak Eben Ezer Nainggolan, S.Psi., M.Si., S.H., M.Kn., Psikolog, selaku dosen penguji yang telah membimbing dan meluangkan waktu untuk menguji dengan sabar.
3. Dr. Devi Puspitasari, S.Psi., M.Psi., Psikolog, selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan serta arahan sepanjang proses penelitian ini. Saran dan kritik yang membangun sangat berarti bagi pengembangan pemikiran penulis selama proses penelitian.
4. Bapak Eko April Ariyanto, S.Psi., M.Psi, selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan arahan dan motivasi sepanjang proses penelitian ini. Nasihat dan masukan yang berharga sangat membantu penulis dalam menyusun penelitian ini.
5. Keluarga terutama kakak penulis yang telah mendukung dan memberikan semangat untuk terus berusaha dan tidak menyerah dalam menghadapi masalah.

6. Adam Kurniawan Alfredo dan Galuh Farahita yang telah banyak membantu penulis ketika sedang menghadapi masalah dalam perkuliahan, mengajari penulis tentang keberanian dalam mengambil keputusan dan menjadi pribadi yang pantang menyerah.
7. Martha Saraagih, Risnanda Ayu, Widia Larasati, Nadziro Kamalia, Satya Ananda, yang senantiasa kebersamai penulis dalam suka maupun duka, serta tiada henti untuk memberikan support, sebagai teman berbagi cerita dan pendengar setia dalam setiap impian yang ingin kita capai.
8. Seluruh responden yang telah bersedia untuk mengisi kuisioner dan membantu penulis dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.
9. Seluruh teman seperjuangan yang sedang berjuang dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Seseorang yang tidak bisa penulis sebutkan namanya, yang telah senantiasa mendukung, memberikan semangat, dan menjadi tempat berbagi cerita dalam menyelesaikan tugas akhir ini, serta telah memberikan pelajaran hidup bagi penulis untuk lebih berhati-hati dalam melangkah kehidupan.
11. Seluruh pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan kontribusi dalam bentuk apapun untuk kelancaran penelitian ini.

Tentunya, dalam karya tulis ini masih belum mencapai kesempurnaan dan memiliki kekurangan. Baik kekurangan dalam cara penulisan dan kaidah penulisan yang baik. Untuk itu, penulis mengharapkan adanya kritikan dan saran yang membangun untuk karya tulis ini menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 12 Juli 2025

Aprillia Stevani Mutiara  
1512100249

# HUBUNGAN ANTARA *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION* DAN *SHOPPING LIFESTYLE* DENGAN *IMPULSIVE BUYING* PADA DEWASA AWAL PENGGUNA *E-COMMERCE SHOPEE* DI SURABAYA

**Aprillia Stevani Mutiara**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[aprillia06@gmail.com](mailto:aprillia06@gmail.com)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *hedonic shopping motivation* dan *shopping lifestyle* dengan *impulsive buying* pada dewasa awal pengguna *e-commerce* Shopee di Surabaya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan penelitian korelasional. Subjek penelitian ini sebanyak 394 orang pengguna *e-commerce* Shopee yang berdomisili di Surabaya. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisisioner secara online menggunakan *google form* dengan menggunakan skala likert. Teknik analisis data yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan searah yang cukup kuat pada *hedonic shopping motivation* dan *impulsive buying* dengan skor korelasi 0,036. Pada variabel *shopping lifestyle* dan *impulsive buying* juga menunjukkan adanya korelasi cukup kuat dengan skor korelasi sebesar 0,020. Artinya terdapat hubungan positif yang cukup kuat anatar ketiga varaibel sehingga semakin besar *hedonic shopping motivation* dan *shopping lifestyle* yang dimiliki maka semakin besar pula tingkat *impulsive buying* yang dimiliki oleh individu.

**Kata Kunci:** *Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Impulsive Buying, Dewasa Awal, E-Commerce Shopee.*

***THE RELATIONSHIP BETWEEN HEDONIC SHOPPING  
MOTIVATION AND SHOPPING LIFESTYLE WITH IMPULSIVE  
BUYING IN EARLY ADULT USERS OF E-COMMERCE SHOPEE IN  
SURABAYA***

**Aprillia Stevani Mutiara**  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[aprilliastevani06@gmail.com](mailto:aprilliastevani06@gmail.com)

***Abstract***

*This study aims to determine the relationship between hedonic shopping motivation and shopping lifestyle and impulsive buying in early adulthood of Shopee e-commerce users in Surabaya. This research is a type of quantitative research using a correlational research approach. The subjects of this study are 394 Shopee e-commerce users domiciled in Surabaya. The data collection method is carried out through the distribution of questionnaires online using google forms using the Likert scale. The data analysis technique obtained in this study showed that there was a fairly strong unidirectional relationship between hedonic shopping motivation and impulsive buying with a correlation score of 0.036. The shopping lifestyle and impulsive buying variables also showed a fairly strong correlation with a correlation score of 0.020. This means that there is a strong positive relationship between the three variables so that the greater the hedonic shopping motivation and shopping lifestyle owned, the greater the level of impulsive buying owned by the individual.*

***Keywords:*** Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Impulsive Buying, Early Adulthood, E-Commerce Shopee.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN TIDAK MELAKUKAN PENJIPLAKAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSYARATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAM MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b><i>CURRICULUM VITAE</i> .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Permasalahan .....	1
1. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Tujuan dan Manfaat .....	5
1. Tujuan Penelitian .....	5
2. Manfaat Penelitian .....	5
C. Keaslian Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. Kerangka Berpikir .....	11
B. <i>Impulsive Buying</i> .....	11
1. Definisi <i>Impulsive Buying</i> .....	11
2. Aspek <i>Impulsive Buying</i> .....	12
3. Indikator <i>Impulsive Buying</i> .....	15
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Impulsive Buying</i> .....	15
C. <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	17
1. Definisi <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	17
2. Aspek <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	18
3. Indikator <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	20
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Hedonic Shopping         Motivation</i> .....	21
D. <i>Shopping Lifestyle</i> .....	23
1. Definisi <i>Shopping Lifestyle</i> .....	23
2. Aspek <i>Shopping Lifestyle</i> .....	25
3. Indikator <i>Shopping Lifestyle</i> .....	26
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Shopping Lifestyle</i> .....	27
E. Kerangka Berpikir.....	29
F. Hipotesis Penelitian.....	30

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
A. Populasi dan Partisipan.....	33
1. Populasi.....	33
2. Partisipan.....	33
B. Desain Penelitian.....	34
C. Instrumen Pengumpul Data.....	34
1. Skala <i>Impulsive Buying</i> .....	35
2. Skala <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	38
3. Skala <i>Shopping Lifestyle</i> .....	42
D. Uji Prasyarat dan Analisis Data.....	46
1. Uji Prasyarat.....	46
2. Analisis Data.....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
A. Hasil Penelitian .....	51
1. Pelaksanaan Penelitian.....	51
2. Uji Deskriptif .....	52
3. Uji Hipotesis .....	54
B. Pembahasan.....	56
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>59</b>
A. Kesimpulan .....	59
B. Saran .....	59
1. Bagi Pelaku Industri ( <i>E-Commerce</i> ).....	59
2. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>65</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skor Skala Likert .....	35
Tabel 3.2	<i>Blue Print</i> Sebaran Aitem Skala <i>Impulsive Buying</i> .....	36
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas Aitem Skala <i>Impulsive Buying</i> .....	38
Tabel 3.5	<i>Blue Print</i> Sebaran Aitem Skala <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	39
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 3.7	Hasil Uji Reliabilitas Aitem Skala <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	42
Tabel 3.8	<i>Blue Print</i> Sebaran Aitem Skala <i>Shopping Lifestyle</i> .....	43
Tabel 3.9	Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 3.10	Hasil Uji Reliabilitas Aitem Skala <i>Shopping Lifestyle</i> .....	46
Tabel 3.11	Hasil Uji Normalitas .....	47
Tabel 3.12	Hasil Uji Linieritas.....	48
Tabel 3.13	Hasil Uji Multikolinieritas .....	48
Tabel 3.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	49
Tabel 4.1	Data Usia Responden .....	51
Tabel 4.2	Data Jenis Kelamin Responden.....	51
Tabel 4.3	Rumus Kategorisasi Data Penelitian.....	52
Tabel 4.4	Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Impulsive Buying</i> .....	52
Tabel 4.5	Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	53
Tabel 4.6	Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> .....	53
Tabel 4.7	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	54
Tabel 4.8	Hasil Uji F (Simulasi) .....	54
Tabel 4.9	Hasil Uji t (Parsial) .....	55
Tabel 4.10	Hasil Uji Sumbangan Efektif (SE).....	56
Tabel 4.11	Hasil Uji Sumbangan Relatif (SR).....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Skala <i>Impulsive Buying</i> .....	65
Lampiran 2. Skala <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	67
Lampiran 3. Skala <i>Shopping Lifestyle</i> .....	69
Lampiran 4. Tabulasi Variabel Y <i>Impulsive Buying</i> .....	72
Lampiran 5. Tabulasi Variabel X1 <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	73
Lampiran 6. Tabulasi Variabel X2 <i>Shopping Lifestyle</i> .....	74
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas & Reliabilitas Skala <i>Impulsive Buying</i> .....	75
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas & Reliabilitas Skala <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	77
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas & Reliabilitas Skala <i>Shopping Lifestyle</i> .....	79
Lampiran 10. Hasil Uji Prasyarat.....	81
Lampiran 11. Hasil Uji Hipotesis.....	86
Lampiran 12. Hasil Uji Deskriptif.....	88
Lampiran 13. Hasil Turnitin .....	90