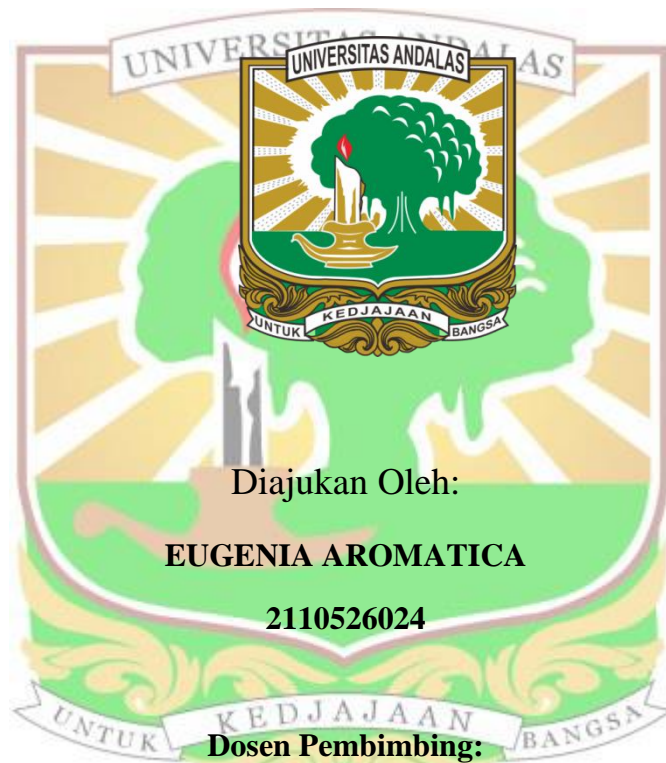


**PENGARUH *DISCOUNT*, *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION* DAN
SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* GENERASI Z
PADA *PLATFORM TIKTOK LIVE STREAMING SHOPPING* DI KOTA
PADANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Andalas



Diajukan Oleh:

EUGENIA AROMATICA

2110526024

Dosen Pembimbing:

Dr. Eri Besra, SE, MM


PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2023

	No. Alumni Universitas	Nama	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir : Payakumbuh, 16 November 1997 b) Nama Orang Tua : Hilmi dan Hafni Yetti c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis d) Departemen : Manajemen e) No Bp : 2110526024 f) Tanggal Lulus : 20 Juli 2023 g) Prediket Lulus: Pujian h) IPK : 3.82 i) Lama Studi : 2 Tahun 0 Bulan j) Alamat Orang Tua : Jl. Sudirman No. 161 Lingkungan Muaro		

PENGARUH *DISCOUNT*, *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*, DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* GENERASI Z PADA *PLATFORM TIKTOK LIVE STREAMING SHOPPING* DI KOTA PADANG

Skripsi oleh Eugenia Aromatica
Pembimbing : Dr. Eri Besra, SE, MM


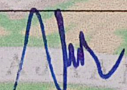
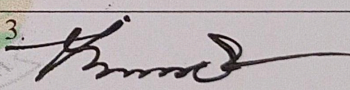
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *discount*, *hedonic shopping motivation*, dan *shopping lifestyle* terhadap *impulsive buying* generasi Z pada *platform tiktok live streaming shopping* di kota Padang. Sampel penelitian ini adalah 100 responden dengan syarat pernah berbelanja melalui *tiktok live* dan berusia 15-27 tahun di kota Padang. Pengolahan data penelitian dilakukan dengan menggunakan *software SPSS* versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *discount* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* generasi Z pada *platform tiktok live streaming shopping* di kota Padang. Sedangkan *hedonic shopping motivation* dan *shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* generasi Z pada *platform tiktok live streaming shopping* di kota Padang. Ini menunjukkan bahwa *discount* disiarkan langsung *tiktok* belum mampu membuat konsumen generasi Z melakukan pembelian impulsif. Namun nilai belanja hedonis dan gaya hidup berbelanja dapat mendorong konsumen generasi Z untuk melakukan pembelian secara impulsif.

Kata Kunci : *Discount*, *Hedonic Shopping Motivation*, *Shopping Lifestyle*, *Impulsive Buying*, *Generasi Z*, *Tiktok Live Streaming Shopping*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : **Kamis, 20 Juli 2023**

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Dr. Eri Besra, SE, MM	Dr. Verinita, SE, M.Si	Syafrizal, SE, ME, P.hD

Mengetahui,
Ketua Departemen Manajemen

Hendra Lukito, SE, MM, PhD
NIP. 197106242006041007



Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: