

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* DAN *PRICE DISCOUNT*
TERHADAP *IMPULSIVE BUYING LIVE* TIKTOKSHOP
DENGAN *SELF-CONTROL* SEBAGAI MODERASI
PADA GEN Z KOTA PADANG**

THESIS



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* DAN *PRICE DISCOUNT*
TERHADAP *IMPULSIVE BUYING LIVE* TIKTOKSHOP
DENGAN *SELF-CONTROL* SEBAGAI MODERASI
PADA GEN Z KOTA PADANG**

THESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister Manajemen
Pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Andalas



Diajukan oleh:

Masita Isnania

2220522073

Pembimbing I
Dr. Eri Besra, SE, MM

Pembimbing II
Dr. Suziana, SE, MM

**Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Andalas
Padang
2024**

**Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Price Discount* Terhadap
Impulsive Buying Live Tiktokshop dengan *Self-control*
Sebagai Moderasi Pada Gen Z Kota Padang**

Masita Isnania¹, Eri Besra², Suziana³

Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Andalas^{1,2,3}

Email: masitaisnaniaa@gmail.com¹, eribesraunand@gmail.com²,
suziana@eb.unand.ac.id³

ABSTRAK

Perkembangan jaringan internet yang semakin pesat mendorong para pebisnis dan pelaku usaha untuk memanfaatkan jaringan internet, salah satunya muncul keberadaan *platform* TikTokShop yang memiliki fitur *live streaming* yang bisa melakukan transaksi jual beli antar pengguna media sosial TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *shopping lifestyle* dan *price discount* terhadap *impulsive buying live* TikTokShop dengan *self-control* sebagai variabel moderasi pada Gen Z di Kota Padang. Populasi penelitian ini adalah konsumen Gen Z yang pernah melakukan *checkout* produk pada *platform* TikTokShop yang berdomisili di Kota Padang. Teknik pengambilan sampel yaitu *non-probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan *software* SmartPLS 4 untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*, *price discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*, *self-control* memperlemah secara signifikan pengaruh *shopping lifestyle* terhadap *impulsive buying* dan *self-control* memperlemah secara signifikan pengaruh *price discount* terhadap *impulsive buying*.

Kata Kunci: *Shopping Lifestyle*, *Price Discount*, *Impulsive Buying*, *Self-control*, Gen Z dan *Live Streaming*.

The Influence of Shopping Lifestyle and Price Discounts on Impulsive Buying in Live TikTok Shop with Self-control as a Moderator Among Gen Z in Padang City

Masita Isnania¹, Eri Besra², Suziana³

Master of Management, Faculty of Economics & Business, Universitas Andalas^{1,2,3}

Email: masitaisnaniaa@gmail.com¹, eribesraunand@gmail.com²,
suziana@eb.unand.ac.id³

ABSTRACT

The rapid development of the internet has encouraged businesspeople and entrepreneurs to take advantage of the internet, one of which is the emergence of the TikTok Shop platform, which features live streaming for buying and selling transactions among TikTok social media users. This study aims to determine the influence of shopping lifestyle and price discounts on impulsive buying in the TikTok Shop live feature, with self-control as a moderating variable among Gen Z in Padang City. The population of this study consists of Gen Z consumers who have made product checkouts on the TikTok Shop platform and reside in Padang City. The sampling technique used is non-probability sampling, with a sample size of 120 respondents. This research employs Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) using SmartPLS 4 software to analyze the data. The results indicate that shopping lifestyle has a positive and significant effect on impulsive buying, price discounts have a positive and significant effect on impulsive buying, self-control significantly weakens the influence of shopping lifestyle on impulsive buying, and self-control significantly weakens the influence of price discounts on impulsive buying.

Key words: Shopping Lifestyle, Price Discount, Impulsive Buying, Self-control, Gen Z and Live Streaming.