

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*, *SHOPPING LIFESTYLE*, DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING***

**(Survey pada Konsumen Produk *Sunscreen Facetology* Tiktok Shop di Indonesia)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program

Studi S1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Andalas



Diajukan Oleh:

**Mutiara Rani**

**2110523026**

**PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**MARET 2025**



No. Alumni Univeristas	<b>MUTIARA RANI</b>	No. Alumni Fakultas
a) Tempat/Tgl Lahir : Sicincin, 12 Juli 2003 b) Nama Orang Tua : Mukhti Efendi dan Nining Suningsih c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis d) Jurusan : Manajemen e) No Bp : 2110523026 f) Tanggal Lulus : 19 Maret 2025 g) Prediket Lulus: Pujian h) IPK : 3,80 i) Lama Studi : 3 tahun 7 bulan j) Alamat Orang Tua : Jl. Sersan Idris No. 44, RT01/RW04, Margajaya, Bekasi Selatan, Kota Bekasi		

**PENGARUH HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, SHOPPING LIFESTYLE, DAN SALES PROMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING**

**(Survey Pada Konsumen Produk Sunscreen Facetology Tiktok Shop di Indonesia)**

Skripsi oleh Mutiara Rani  
Pembimbing : Yanti SE, MM.

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *hedonic shopping motivation*, *shopping lifestyle*, dan *sales promotion* terhadap *impulse buying* pada konsumen produk *sunscreen* Facetology Tik Tok Shop di Indonesia). Sampel penelitian merupakan konsumen produk *sunscreen* Facetology Tik Tok Shop di 10 Kota Besar Indonesia yang berjumlah 450 orang dengan teknik pengambilan sampel yaitu metode sensus. Pengolahan data penelitian dilakukan menggunakan software SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *hedonic shopping motivation* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *impulse buying*, *shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*, dan *sales promotion* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *impulse buying*.

Kata Kunci : *Hedonic Shopping Motivation*, *Shopping Lifestyle*, *Sales Promotion*, dan *Impulse Buying*.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada: 19 Maret 2025

Abstrak telah disetujui oleh:

Tanda Tangan			
Nama Terang	Yanti SE, MM.	Suziana SE, MM, Ph.D.	Laura Amelia Triani, SE, MM.

Mengetahui,

Ketua Departemen Manajemen

**Donard Games, SE, M.Bus(Adv), PhD**  
NIP. 198011122005011003



Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan mendapatkan Nomor Alumnus:

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