

HALAMAN MOTTO

“Tugas manusia hanya berjuang, bukan memaksakan hasil. Kita punya kendala tapi Allah punya kendali. Yakinlah jika Allah sudah ikut adil, maka tidak ada kata mustahil”

Ustadz Hanan Attaki

”Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, penulis mempersembahkan skripsi ini sebagai wujud rasa terima kasih, penghargaan, dan ungkapan kasih sayang kepada berbagai pihak yang telah memberikan doa, dukungan, motivasi, serta bantuan selama proses penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan kepada pihak-pihak yang telah memberikan peran penting dalam perjalanan akademik penulis:

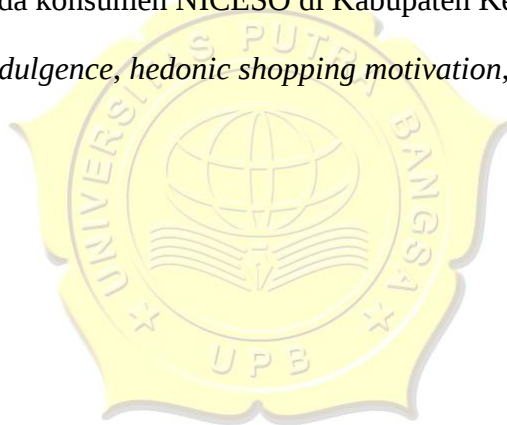
1. Kepada kedua orangtua tercinta, support system terbaik Ibu Tri Fatmawati dan Bapak Saimun. Yang senantiasa mengusakan anak pertamanya ini menempuh Pendidikan setinggi-tingginya terimakasih selalu memberikan dukungan baik moral maupun material, serta selalu memanjatkan do'a untuk kelancaran dan kemudahan penulis, selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang tidak ada henti hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini, semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan dan keberkahan kepada beliau karena sudah menjadi figur orangtua yang terbaik bagi penulis, terimakasih sudah selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidup penulis.
2. Kepada adik perempuan saya, Nadilla Nur Alifia yang selalu membuat penulis termotivasi untuk bisa terus belajar menjadi sosok kakak yang dapat memberikan pengaruh positif, dan menjadikan contoh yang baik dalam bidang akademik maupun non akademik, serta berusaha menjadi panutan dimasa yang akan datang kelak.

3. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Muhammad Wafa Abu Roja, terimakasih sudah selalu sabar dalam menemani dan mendengarkan keluh kesah saya dalam suka maupun duka serta memberikan dukungan usaha yang diberikan mulai dari waktu, do'a dan support dalam proses penyusunan skripsi ini dan semangat hingga saya berhasil sampai selesai. Terimakasih telah menjadi bagian perjalanan saya semoga segala harapan baik yang telah direncanakan bisa terwujud dikemudian hari.
4. Kepada sahabat dan teman- teman Manajemen Reguler D Angkatan 2022 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama dibangku kuliah.
5. Untuk diri sendiri Anggi Nur Aprilia terimakasih telah mampu berusaha berjuang keras sampai sejauh ini, terimakasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri walaupun sering kali putus asa atas apa yang sedang diusahakan tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak boleh lelah untuk mencoba. Good thank you for being be independent women, I know there are more great ones but I'm proud of this achievement.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *self indulgence*, *hedonic shopping motivation*, dan *self control* terhadap *impulsive buying* pada konsumen NICESO di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Populasi penelitian adalah konsumen NICESO di Kabupaten Kebumen dengan jumlah sampel sebanyak 198 responden yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self indulgence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*, *hedonic shopping motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*, dan *self control* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Selain itu, *self indulgence*, *hedonic shopping motivation*, dan *self control* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* pada konsumen NICESO di Kabupaten Kebumen.

Kata Kunci: *self indulgence*, *hedonic shopping motivation*, *self control*, *impulsive buying*



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of self indulgence, hedonic shopping motivation, and self control on impulsive buying among NICESO consumers in Kebumen Regency. This research used a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to respondents. The population of this study were NICESO consumers in Kebumen Regency with a sample of 198 respondents determined using a purposive sampling technique. The data analysis methods used include validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t test, F test, and coefficient of determination using SPSS. The results show that self indulgence has a positive and significant effect on impulsive buying, hedonic shopping motivation has a positive and significant effect on impulsive buying, and self control has a negative and significant effect on impulsive buying. In addition, self indulgence, hedonic shopping motivation, and self control simultaneously have a significant effect on impulsive buying among NICESO consumers in Kebumen Regency.

Keywords: *self indulgence, hedonic shopping motivation, self control, impulsive buying*



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, serta kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Self Indulgence*, *Hedonic Shopping Motivation*, dan *Self Control* terhadap *Impulsive Buying* pada Konsumen NICESO di Kabupaten Kebumen” dengan baik. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen S1 Universitas Putra Bangsa. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa terdapat berbagai kendala dan keterbatasan. Dukungan, bantuan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini, dan penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Kepada kedua orangtua tercinta yang senantiasa terus mendo’akan dan sudah selalu ada disetiap perjalanan
2. Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Putra Bangsa sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
3. Parmin, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan dukungan serta arahan selama penulis menempuh pendidikan di Program Studi Manajemen.

4. Ibu dan Bapak dosen Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, serta pengalaman selama masa perkuliahan sehingga penulis memperoleh bekal yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
5. Civitas Akademik Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan dukungan dan membantu kelancaran proses akademik penulis selama menempuh pendidikan hingga penyusunan skripsi ini.

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi pembaca, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen, serta dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik terkait *self indulgence*, *hedonic shopping motivation*, *self control*, dan *impulsive buying*. Selain itu, penulis juga berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pihak NICESO maupun pelaku ritel modern dalam memahami perilaku pembelian impulsif konsumen sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan strategi pemasaran.

Penulis, 09 Mei, 2026

Anggi Nur Aprilia
225504890

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II	15
KAJIAN PUSTAKA	15
2.1. Tinjauan Teori	15
2.1.1. <i>Stimulus – Organism – Response (SOR)</i>	15
2.1.2. <i>Impulse Buying</i>	16
2.1.3. <i>Self Indulgence</i>	21
2.1.4. <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	23
2.1.5. <i>Self Control</i>	28
2.2. Penelitian Terdahulu.....	32
2.3. Hubungan Antar Variabel	37
2.3.2. <i>Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulsive Buying</i>	39

2.3.3. <i>Self Control</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i>	40
2.3.4. <i>Self Indulgence</i> , <i>Hedonic Shopping Motivation</i> , dan <i>Self Control</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i>	41
2.4. Model Empiris	42
2.5. Hipotesis	43
BAB III.....	45
METODE PENELITIAN	45
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	45
3.2. Variabel Penelitian	45
3.3. Definisi Operasional Variabel	46
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	49
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data	49
3.6. Populasi dan Sampel	50
3.7. Teknik Analisis.....	51
BAB IV	62
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
4.2. Karakteristik Responden	63
4.3. Analisis Deskriptif.....	65
4.4. Analisis Statistik.....	66
4.5. Pembahasan	76
BAB V.....	82
SIMPULAN.....	82
5.1. Simpulan.....	82
5.2. Keterbatasan	83
5.3. Implikasi	84
5.3.1 Implikasi Praktis	84
5.3.2 Implikasi Teoritis	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Tabel I - 1 Mini Research pada Perilaku Konsumen Niceso.....	4
Tabel I - 2 Mini Research pada konsumen Niceso	5
Tabel II - 1 Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel III - 1 Operasional Variabel Self Indulgence	47
Tabel III - 2 Operasional Variabel Hedonic Shopping Motivation	48
Tabel III - 3 Operasional Variabel Self Control.....	48
Tabel III - 4 Operasional Variabel Impulsive Buying.....	49
Tabel IV - 1 Jenis Kelamin Responden.....	63
Tabel IV - 2 Usia Responden	64
Tabel IV - 3 Analisis Deskriptif	65
Tabel IV - 4 Uji Validitas Self Indulgence (X1)	67
Tabel IV - 5 Uji Validitas Hedonic Shopping Motivation (X2).....	67
Tabel IV - 6 Uji Validitas Self Control (X3).....	68
Tabel IV - 7 Uji Validitas Impulsive Buying (Y).....	69
Tabel IV - 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	69
Tabel IV - 9 Hasil Uji Glejser	70
Tabel IV - 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel IV - 11 Uji Kolmogorov Smirnov	71
Tabel IV - 12 Uji Regresi Linear Berganda	72
Tabel IV - 13 Uji Hipotesis t (Parsial).....	74
Tabel IV - 14 Uji Hipotesis F (Simultan).....	75
Tabel IV - 15 Koefisien Determinasi	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar I - 1 Data Penjualan Retail di Indonesia perkuartal (2022 – 2025)	2
Gambar II - 1 Model Empiris	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengantar Kuesioner	88
Lampiran 2 Data Diri Responden.....	89
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	90
Lampiran 4 Karakteristik Responden.....	92
Lampiran 5 Jawaban Responden	96
Lampiran 6 R_Tabel.....	104
Lampiran 7 t_Tabel	105
Lampiran 8 F_Tabel	106
Lampiran 9 Hasil Uji SPSS 31.....	107
Lampiran 10 Kartu Bimbingan.....	114
Lampiran 11 Kartu Seminar Proposal	115

