

## **HALAMAN MOTTO**

Tidak semua usaha itu dipermudah, tapi semua yang berusaha pasti akan berbuaah.



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan walaupun jauh dari kata sempurna. Namun penulis bangga telah mencapai pada titik ini, yang akhirnya skripsi ini bias selesai tepat waktu.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai bantuan pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua saya mama, bapak, dan adik yang telah memberi dukungan baik dari materi maupun non materi sehingga saya dapat menyelesaikan kuliah selama ini.
2. Heri Mahyuzar, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang sudah mendukung dan mengarahkan penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Sahabat penulis Tia, Nung, Ummi dan teman teman lainnya yang tidak bias saya sebutkan satu persatu yang sudah memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
4. Teman-teman seperjuangan yang tidak bisa saya sebut namanya satu persatu. Terima kasih sudah menemani selama masa perkuliahan. Terima kasih sudah menjadi teman, saudara dan keluarga yang selalu menguatkan, membantu, menasehati, mendukung dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

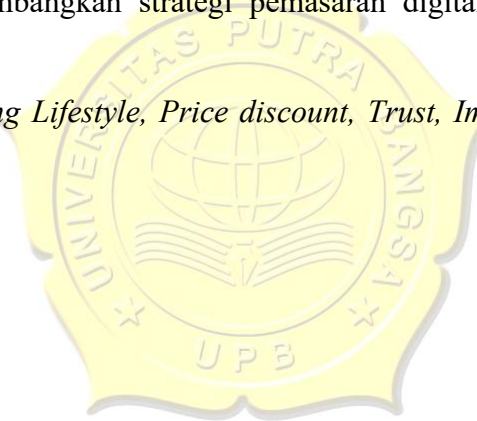
5. Seluruh civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen dan pembaca yang budiman.
6. Dan yang tak kalah penting, penulis menyampaikan terimakasih pada diri sendiri atas setiap perjuangan, usaha, dan langkah yang terus dijalani, meski sering dibayangi rasa ragu dan percaya diri. Melalui proses penulisan ini, bahwa diri ini mampu bertahan, tumbuh dan melangkah hingga titik ini.



## ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat, termasuk melalui platform media sosial seperti TikTok yang kini dimanfaatkan sebagai media promosi melalui fitur live streaming. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh shopping lifestyle dan *Price discount* terhadap *Impulse buying* dengan *trust* sebagai variabel intervening pada pengguna TikTok Live Shopping. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode purposive sampling, melibatkan 160 responden yang pernah melakukan pembelian melalui TikTok Live. Teknik analisis yang digunakan adalah Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa shopping lifestyle berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*, *trust* berpengaruh positif terhadap *Impulse buying*, *Price discount* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Trust*, *Shopping lifestyle* berpengaruh secara signifikan terhadap *Impulse Buying*, *Price discount* berpengaruh secara signifikan terhadap *Impulse Buying*, serta *Trust* tidak mampu memediasi pengaruh *Shopping lifestyle* dan *Price discount* tidak berpengaruh terhadap *Impulse Buying*. Temuan ini memberikan implikasi strategis bagi pelaku bisnis dalam mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif melalui TikTok Live.

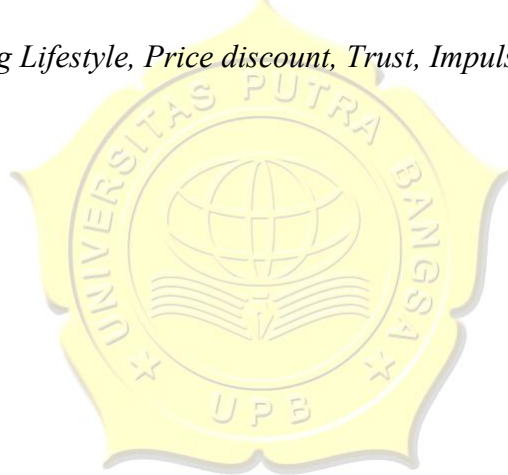
**Kata Kunci:** *Shopping Lifestyle, Price discount, Trust, Impulse Buying, TikTok Live.*



## ***ABSTRACT***

The advancement of digital technology has transformed consumer behavior patterns, including through social media platforms like TikTok, which is now utilized as a promotional medium via its *Live Streaming* feature. This study aims to analyze the influence of shopping lifestyle and *Price discount* on *Impulse buying*, with *trust* as an intervening variable among TikTok Live Shopping users. This research employs a quantitative approach using purposive sampling, involving 160 respondents who have made purchases through TikTok Live. The analysis technique used is Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results indicate that shopping lifestyle has a positive and significant effect on *trust*, while *trust* positively influences *Impulse buying*. However, *Price discount* does not significantly affect *trust*. Shopping lifestyle and *Price discount* both have a significant effect on *Impulse buying*. Moreover, *trust* does not mediate the influence of shopping lifestyle and *Price discount* on *Impulse buying*. These findings provide strategic implications for businesses in developing effective digital marketing strategies through TikTok Live.

**Keywords:** *Shopping Lifestyle, Price discount, Trust, Impulse Buying, TikTok Live.*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahrabil'alalamiinn, dengan rahmat Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Penyayang, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan dan menganugrahkan kasih sayang, rezeki, dan kesehatan serta atas berkah, ridho dan hidayahNya, sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Shopping Lifestyle* Dan *Price discount* Terhadap *Impulse Buying* Dengan *Trust* Sebagai Variabel Intervening”.

Skripsi ini tersusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan sekaligus pertanggungjawaban akhir penulis sebagai mahasiswa jurusan Bisnis Digital Universitas Putra Bangsa. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih ada kekurangan dan kesalahan, maka dari itu, penulis dengan penuh kerendahan hati mengharapkan dan menerima saran dan kritikan dari berbagai pihak untuk dijadikan bahan masukan dan evaluasi untuk perbaikan dan kesempurnaan penulisan skripsi ini

Tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari peran semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan bantuan kepada penulis dari awal hingga selesai. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus- tulusnya kepada :

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., MM selaku rector Universitas Putra Bangsa.
2. Bapak Anton Prasetyo, SE., MM selaku kaprodi Bisnis Digital Universitas Putra Bangsa.

3. Heri Mahyuzar, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis
5. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan do'a sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.
6. Teman-teman angkatan 2021 yang selalu memberikan semangat.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu terselesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kekhilafan yang ada. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat, baik sebagai tambahan wawasan maupun sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

Kebumen, 31 Juli 2025  
Penulis,



Kartika Sari Wiranita Dewi  
NIM 210100189

## DAFTAR ISI

|                                  |      |
|----------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL.....               | ii   |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....         | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....    | iv   |
| HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....   | v    |
| HALAMAN MOTTO.....               | vi   |
| HALAMAN PERSEMBAHAN.....         | vii  |
| ABSTRAK.....                     | ix   |
| ABSTRACT.....                    | x    |
| KATA PENGANTAR.....              | xi   |
| DAFTAR ISI.....                  | xiii |
| DAFTAR TABEL.....                | xiv  |
| DAFTAR GAMBAR.....               | xv   |
| DAFTAR LAMPIRAN.....             | xvi  |
| BAB I PENDAHULUAN.....           | 1    |
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1    |
| 1.2. Rumusan Masalah.....        | 10   |
| 1.3. Batasan Masalah.....        | 10   |
| 1.4. Tujuan Penelitian.....      | 11   |
| 1.5. Manfaat Penelitian.....     | 12   |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA.....       | 13   |
| 2.1. Tinjauan Teori.....         | 13   |
| 2.2. Penelitian Terdahulu.....   | 20   |

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| 2.3. Hubungan Antar Variabel.....          | 32 |
| 2.4. Model Empiris.....                    | 37 |
| 2.4. Hipotesis.....                        | 38 |
| BAB III METODE PENELITIAN.....             | 40 |
| 3.1. Objek dan Subjek Penelitian.....      | 40 |
| 3.2. Variabel Penelitian.....              | 40 |
| 3.3. Definisi Operasional Variabel.....    | 41 |
| 3.4. Data dan Teknik Pengumpulan Data..... | 44 |
| 3.5. Populasi dan Sampel.....              | 46 |
| 3.6. Teknik Analisis.....                  | 48 |
| BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....        | 52 |
| 4.1. Analisis Deskriptif.....              | 52 |
| 4.2. Analisis Statistik.....               | 56 |
| 4.3. Pembahasan.....                       | 66 |
| BAB V SIMPULAN.....                        | 73 |
| 5.1. Simpulan.....                         | 73 |
| 5.2. Keterbatasan.....                     | 75 |
| 5.3. Implikasi dan Saran.....              | 76 |
| DAFTAR PUSTAKA                             |    |
| LAMPIRAN                                   |    |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                       |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel I-1 Tabel Pengguna TikTok Didunia 2024.....                                     | 2  |
| Tabel I-2 Data <i>Live Streaming</i> Yang Sering Digunakan.....                       | 3  |
| Tabel I-3 Tabel Pertumbuhan Pengguna TikTok.....                                      | 4  |
| Tabel II-1 Penelitian Terdahulu.....                                                  | 20 |
| Tabel III-1 Indikator Variabel <i>Impulse Buying</i> .....                            | 42 |
| Tabel III-2 Indikator Variabel Shopping lifestyle.....                                | 43 |
| Tabel III-3 Indikator Variabel <i>Price discount</i> .....                            | 43 |
| Tabel III- 4 Indikator Variabel <i>Trust</i> .....                                    | 44 |
| Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                    | 53 |
| Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                             | 54 |
| Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                        | 55 |
| Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....                      | 55 |
| Tabel IV- 5 Hasil uji convergent validity variabel.....                               | 57 |
| Tabel IV- 6 Hasil uji convergent validity variabel.....                               | 57 |
| Tabel IV- 7 Hasil uji convergent validity variabel.....                               | 58 |
| Tabel IV- 8 Hasil uji convergent validity variabel.....                               | 58 |
| Tabel IV- 9 Hasil uji <i>convergent validity</i> .....                                | 59 |
| Tabel IV- 10 Hasil uji discriminant validity dengan Cross Loading.....                | 60 |
| Tabel IV- 11 Hasil uji discriminant validity dengan<br>Fornell-Larcker Criterion..... | 61 |
| Tabel IV- 12 Hasil uji Reliabilitas).....                                             | 62 |
| Tabel IV- 13 Hasil uji Inner Model.....                                               | 63 |
| Tabel IV- 14 Hasil Uji Hipotesis Langsung.....                                        | 65 |
| Tabel IV- 15 Hasil Uji Hipotesis.....                                                 | 66 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| Gambar II- 1 Gambar Model Empiris..... | 38 |
|----------------------------------------|----|



## **DAFTAR LAMPIRAN**

**Lampiran 1 Kuesioner Penelitian**

**Lampiran 2 Data Responden**

**Lampiran 3 Tabulasi Data**

**Lampiran 4 Uji outer Loading**

**Lampiran 5 Discriminan Validity**

**Lampiran 6 Uji Reliabilitas**

**Lampiran 7 Inner Model**

**Lampiran 8 Uji hepotesis**

**Lampiran 9 Kartu Bimbingan Skripsi**

**Lampiran 10 Kartu Seminar**

