



**PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN *HEDONIC SHOPPING*
MOTIVATION TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA
KONSUMEN TOKOPEDIA DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata I
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun:

Deatamy Puspa Prasiwy

14030119130061

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2023

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Deatamy Puspa Prasiwy

Nomor Induk Mahasiswa : 14030119130061

Tempat / Tanggal Lahir : Purwakarta, 3 Desember 2000

Jurusan / Program Studi : S1 Administrasi Bisnis

Alamat : Perum Bumi Hegar Asih Jl. Matahari 17 No. 88

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi) yang saya tulis berjudul:

Pengaruh Price Discount dan Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulsive Buying pada Konsumen Tokopedia di Kota Semarang

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 31 Mei 2023

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si

NIP. 196104101986032001

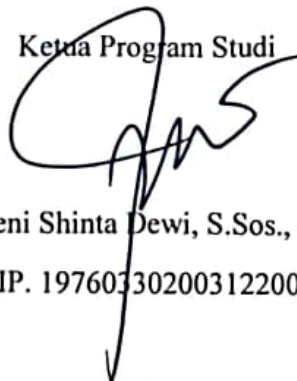
Pembuat Pernyataan,



Deatamy Puspa Prasiwy

NIM. 14030119130061

Ketua Program Studi



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.

NIP. 197603302003122001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Price Discount* dan *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulsive Buying* pada Konsumen Tokopedia di Kota Semarang

Nama Penyusun : Deatamy Puspa Prasiwy

NIM : 14030119130061

Program Studi : S1 Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Semarang, 31 Mei 2023

Dekan

Wakil Dekan Akademik dan
Kemahasiswaan



Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.

NIP. 196408271990011001



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin

NIP. 196908221994031003

Dosen Pembimbing:

1. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si
2. Dinalestari Purbawati, S.E., M.Si., Ak



(.....)
(.....)

Dosen Penguji:

1. Prof. Dr. Drs. Ngatno, MM
2. Dinalestari Purbawati, S.E., M.Si., Ak
3. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si



(.....)
(.....)
(.....)

MOTTO

“It's an impossibility to be perfect but it's possible to do the best”

PERSEMBAHAN

- *Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kesehatan sehingga skripsi ini dapat selesai sesuai dengan yang telah diharapkan*
- *Papa, Mama, Pecay, Bonyil, Milky dan seluruh keluarga yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, doa, dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini*
- *Seluruh teman dan sahabat yang telah menemani, mendoakan, memotivasi, dan memberikan berbagai dukungan hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan*
- *Keluarga Besar Administrasi Bisnis Undip 2019 yang telah kebersamai perjuangan dari awal perkuliahan hingga akhir dalam mengukir mimpi dan kenangan indah bersama yang tak terlupakan.*

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN *HEDONIC SHOPPING*
MOTIVATION TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA KONSUMEN
TOKOPEDIA DI KOTA SEMARANG**

Abstrak

Perubahan yang bergerak dengan begitu cepat dengan perkembangan terus terjadi di berbagai bidang, khususnya pada teknologi seperti penggunaan internet yang semakin melekat dalam kehidupan sehari-hari sehingga menimbulkan gaya hidup baru dalam memenuhi kebutuhan dengan berbelanja secara *online*. Strategi bisnis dibuat guna memenuhi gaya hidup yang konsumtif sehingga menciptakan dorongan pada konsumen untuk melakukan *impulsive buying*.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari *price discount* dan *hedonic shopping motivation* terhadap *impulsive buying* dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Sample diambil menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Perolehan sampel dilakukann dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen Tokopedia di Kota Semarang. Penelitian yang telah dilakukan menemukan hasil bahwa *price discount* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*, *hedonic shopping motivation* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*, dan secara bersamaan *hedonic shopping motivation* dan *price discount* berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa masih kurangnya pilihan produk yang diberikan potongan harga (*price discount*), sehingga konsumen masih terbatas dalam memilih produk. Penelitian juga menunjukkan hasil bahwa konsumen beranggapan Tokopedia masih kurang dalam memperbarui produk-produknya sehingga dinilai kurang mengikuti tren.

Kata kunci: *Price Discount, Hedonic Shopping Motivation, Impulsive buying*

**THE INFLUENCE OF PRICE DISCOUNT AND HEDONIC SHOPPING
MOTIVATION TO IMPULSIVE BUYING ON CONSUMERS OF
TOKOPEDIA IN SEMARANG**

Abstract

Changes moving so fast with developments continuously occurring in various fields, especially in technology such as the use of the internet. This was increasingly embedded in everyday life, creating the lifestyle of fulfilling needs by shopping online. Business strategies focus on creating impulsive buying on consumers to meet a consumer lifestyle. This study was conducted to determine the effect of price discounts and hedonic shopping motivation on impulsive buying using quantitative research. The sample was taken using a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. Sample acquisition was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who were Tokopedia consumers in Semarang. Research that has been conducted found that price discount partially has a significant effect on impulsive buying, hedonic shopping motivation partially has a significant effect on impulsive buying, and simultaneously hedonic shopping motivation and price discount have a significant effect on impulsive buying. The results of the research show that there is still a lack of choice of products that are given a price discount, so consumers are still limited in choosing products. The research also shows consumers think Tokopedia is still lacking in updating its products so that they are considered not following trends.

Keywords: Price Discount, Hedonic Shopping Motivation, Impulsive buying

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi Pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Saya menyadari bahwa penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Price Discount* dan *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulsive Buying* pada Konsumen Tokopedia di Kota Semarang”** Ini Tidak Lepas Dari Adanya Kerjasama Dan Bantuan Dari Berbagai pihak terkait. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, terkhusus kepada:

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Strata 1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
3. Prof. Dr. Drs. Ngatno, MM selaku dosen wali, sekaligus sebagai dosen penguji yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.

4. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si, Dinalestari Purbawati, S.E., M.Si., Ak, dan Drs. Handojo Djoko Waluyo, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, terkhusus dosen Departemen Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
6. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan
7. Serta seluruh pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Apabila dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 24 Mei 2023

Pembuat Pernyataan

Deatamy Puspa Prasiwy

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	Error! Bookmark not defined.
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	2
MOTTO	4
Abstrak.....	5
KATA PENGANTAR	7
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR GAMBAR	16
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Bagi Peneliti	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Bagi Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
1.4.3 Bagi Pihak Lain.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Kerangka Teori.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.1 Perilaku Konsumen	Error! Bookmark not defined.
1.5.2 Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.3 Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
1.5.4 <i>Marketing Mix</i>	Error! Bookmark not defined.
1.5.5 <i>Price</i>	Error! Bookmark not defined.
1.5.6 <i>Price Discount</i>	Error! Bookmark not defined.
1.5.7 <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	Error! Bookmark not defined.
1.5.8 <i>Impulsive Buying</i>	Error! Bookmark not defined.
1.5.9 <i>E-commerce</i>	Error! Bookmark not defined.
1.5.10 Pengaruh Antar Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
1.6 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
1.7 Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
1.8 Definisi Konseptual	Error! Bookmark not defined.

1.8.1	<i>Price Discount</i>	Error! Bookmark not defined.
1.8.2	<i>Hedonic Shopping Motivation</i>	Error! Bookmark not defined.
1.8.3	<i>Impulsive Buying</i>	Error! Bookmark not defined.
1.9	Definisi Operasional.....	Error! Bookmark not defined.
1.9.1	<i>Price Discount</i>	Error! Bookmark not defined.
1.9.2	<i>Hedonic Shopping Motivation</i>	Error! Bookmark not defined.
1.9.3	<i>Impulsive Buying</i>	Error! Bookmark not defined.
1.10	Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.10.1	Tipe Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.10.2	Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
1.10.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
1.10.4	Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
1.10.5	Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
1.10.6	Teknik Pengolahan Data	Error! Bookmark not defined.
1.10.7	Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB II GAMBARAN UMUM TOKOPEDIA.....		Error! Bookmark not defined.
2.1	Profil Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
2.2	Visi dan Misi Tokopedia	Error! Bookmark not defined.
2.3	Logo Tokopedia	Error! Bookmark not defined.
2.4	DNA Tokopedia	Error! Bookmark not defined.
2.5	Produk dan Layanan	Error! Bookmark not defined.
2.6	Struktur Organisasi.....	Error! Bookmark not defined.
2.7	Identitas Responden	Error! Bookmark not defined.
2.8	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...	Error! Bookmark not defined.
2.9	Responden Berdasarkan Usia.....	Error! Bookmark not defined.
2.10	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	Error! Bookmark not defined.
2.11	Responden Berdasarkan Pendapatan rata-rata Perbulan	Error! Bookmark not defined.
2.12	Responden Berdasarkan Waktu Lamanya menjadi Pengguna Tokopedia.....	Error! Bookmark not defined.
2.13	Responden Berdasarkan Intensitas Melakukan Pembelian pada Tokopedia.....	Error! Bookmark not defined.

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Error! Bookmark not defined.

3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas **Error! Bookmark not defined.**

3.1.1 Uji Validitas **Error! Bookmark not defined.**

3.1.2 Uji Reliabilitas **Error! Bookmark not defined.**

3.2 Analisis dan Hasil Interpretasi..... **Error! Bookmark not defined.**

3.2.1 Persepsi terhadap Variabel *Price Discount* (X1). **Error! Bookmark not defined.**

3.2.2 Persepsi terhadap Variabel *Hedonic Shopping Motivation* (X2)... **Error! Bookmark not defined.**

3.2.3 Persepsi terhadap Variabel *Impulsive Buying* (Y) **Error! Bookmark not defined.**

3.3 Uji Asumsi Klasik **Error! Bookmark not defined.**

3.3.1 Uji Multikolinieritas **Error! Bookmark not defined.**

3.3.2 Uji Heteroskedastisitas **Error! Bookmark not defined.**

1.10.8 3.3.3 Uji Normalitas **Error! Bookmark not defined.**

3.4 Uji Hipotesis..... **Error! Bookmark not defined.**

3.4.1 Analisis Pengaruh *Price Discount* terhadap *Impulsive Buying* **Error! Bookmark not defined.**

3.4.2 Analisis Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulsive Buying*..... **Error! Bookmark not defined.**

1.10.9 3.4.3 Analisis Pengaruh *Price Discount* dan *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulsive Buying* **Error! Bookmark not defined.**

3.5 Pembahasan **Error! Bookmark not defined.**

3.5.1 Pengaruh *Price Discount* terhadap *Impulsive Buying*. **Error! Bookmark not defined.**

3.5.2 Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulsive Buying* **Error! Bookmark not defined.**

3.5.3 Pengaruh *Price Discount* dan *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulsive Buying*..... **Error! Bookmark not defined.**

BAB IV PENUTUP Error! Bookmark not defined.

4.1 Kesimpulan..... **Error! Bookmark not defined.**

4.2 Saran **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

- Tabel 1. 1 Pengguna Internet di Indonesia 2017-2022 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1. 2 Transaksi *e-commerce* 2017-2021 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1. 3 Top Brand Index *E-commerce* 2018-2022 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1. 4 Durasi Rata-Rata Konsumen Mengunjungi Tokopedia Sebelum Melakukan Pembelian..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1. 5 Tingkat Popularitas Tokopedia di Kota Semarang **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1. 6 Penelitian Terdahulu **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1. 7 Hasil Uji Validitas *Price Discount* (X1) **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1. 8 Hasil Uji Validitas *Hedonic Shopping Motivation* (X2)..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1. 9 Hasil Uji Validitas *Impulsive Buying* (Y) **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1. 10 Hasil Uji Reliabilitas **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1. 11 Rekapitulasi Variabel *Price Discount* (X1) **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1. 12 Kategorisasi Variabel *Price Discount* (X1) **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1. 13 Rekapitulasi Variabel *Hedonic Shopping Motivation* (X2) **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1. 14 Kategorisasi Variabel *Hedonic Shopping Motivation* (X2) **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1. 15 Rekapitulasi Variabel *Impulsive Buying* (Y)**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1. 16 Kategorisasi Variabel *Impulsive Buying* (Y)**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1. 17 Hasil Uji Multikolinieritas**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1. 18 Hasil Uji Heteroskedastisitas**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1. 19 Hasil Uji Normalitas**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1. 20 Uji Koefisien Korelasi *Price Discount* terhadap *Impulsive Buying***Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1. 21 Uji Regresi Linear Sederhana *Price Discount* terhadap *Impulsive Buying***Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1. 22 Uji Koefisien Korelasi *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulsive Buying***Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1. 23 Uji Regresi Linear Sederhana *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulsive Buying***Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1. 24 Uji Koefisien Korelasi *Price Discount* dan *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulsive Buying***Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1. 25 Uji Regresi Berganda *Price Discount* dan *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulsive Buying***Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1. 26 Hasil Uji F**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 2 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 3 Responden berdasarkan Usia**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 4 Responden berdasarkan Pekerjaan**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 5 Responden berdasarkan Pendapatan Rata-Rata Perbulan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 6 Responden Berdasarkan Waktu Lamanya menjadi Pengguna Tokopedia**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 7 Responden Berdasarkan Intensitas Melakukan Pembelian pada Tokopedia (6 bulan)**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas *Price Discount* (X1)**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas *Hedonic Shopping Motivation* (X2)..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas *Impulsive Buying* (Y)**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 5 Rekapitulasi Variabel *Price Discount* (X1)**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 6 Kategorisasi Variabel *Price Discount* (X1)**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 7 Rekapitulasi Variabel *Hedonic Shopping Motivation* (X2) **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 8 Kategorisasi Variabel *Hedonic Shopping Motivation* (X2) **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 9 Rekapitulasi Variabel *Impulsive Buying* (Y)**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 10 Kategorisasi Variabel *Impulsive Buying* (Y)**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 11 Hasil Uji Multikolinieritas**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 13 Hasil Uji Normalitas**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 14 Uji Koefisien Korelasi *Price Discount* terhadap *Impulsive Buying***Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 15 Uji Regresi Linear Sederhana *Price Discount* terhadap *Impulsive Buying***Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 16 Uji Koefisien Korelasi *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulsive Buying***Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 17 Uji Regresi Linear Sederhana *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulsive Buying***Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 18 Uji Koefisien Korelasi *Price Discount* dan *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulsive Buying***Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 19 Uji Regresi Berganda *Price Discount* dan *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulsive Buying***Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3. 20 Hasil Uji F**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 *Event* Kejar Diskon pada Tokopedia. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 2 Keluhan *customer* Tokopedia pada Media Sosial **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 3 Keluhan *customer* Tokopedia pada Website www.mediakonsumen.com..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 4 Model Hipotesis **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 1 Logo

Tokopedia..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 2 Produk dan Layanan Tokopedia..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Tokopedia..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3. 1 Kurva Hasil Uji t (Two Tail) *Price Discount* terhadap *Impulsive Buying*..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3. 2 Kurva Hasil Uji t (Two Tail) *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulsive Buying* **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3. 3 Kurva Hasil Uji F *Price Discount* dan *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulsive Buying* **Error! Bookmark not defined.**