

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION* DAN
SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ALBUM FISIK K-POP ENHYPEN PADA
ENGINE DKI JAKARTA**

***THE INFLUENCE OF HEDONIC SHOPPING MOTIVATION
AND SHOPPING LIFESTYLE ON PURCHASE DECISIONS OF
ENHYPEN K-POP PHYSICAL ALBUMS IN ENGINE DKI
JAKARTA***

Oleh

SARA ULI OKTALINA

2020410132

SKRIPSI

Untuk memenuhi gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada
Universitas Darma Persada



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA**

2024


**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION* DAN
SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ALBUM FISIK K-POP ENHYPEN PADA
ENGINE DKI JAKARTA**

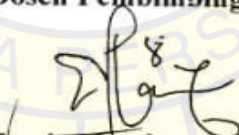
***THE INFLUENCE OF HEDONIC SHOPPING MOTIVATION
AND SHOPPING LIFESTYLE ON PURCHASE DECISIONS OF
ENHYPEN K-POP PHYSICAL ALBUMS IN ENGINE DKI
JAKARTA***

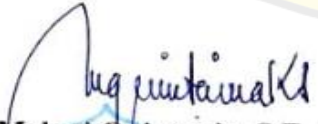
Oleh
SARA ULI OKTALINA
2020410132
SKRIPSI

Untuk memenuhi gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada
Universitas Darma Persada


Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini
Jakarta, 24 Juli 2024



Dr. Firsan Nova, S.E., M.M
Dosen Pembimbing


Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.
Penguji I


Dr. Melani Quintania, S.E., M.Pd
Penguji II


Dr. Sukardi, S.E., M.M
Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Firsan Nova, S.E., M.M
Penguji III


Dedi Damhudi, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sara Uli Oktalina

NIM : 2020410132

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* Dan *Shopping Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Album Fisik K-Pop Enhypen Pada Engine DKI Jakarta”** yang dibimbing oleh Bapak Dr. Firsan Nova, S.E., M.M adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya orang lain. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini, maka saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, Juli 2024



Sara Uli Oktalina

ABSTRAK

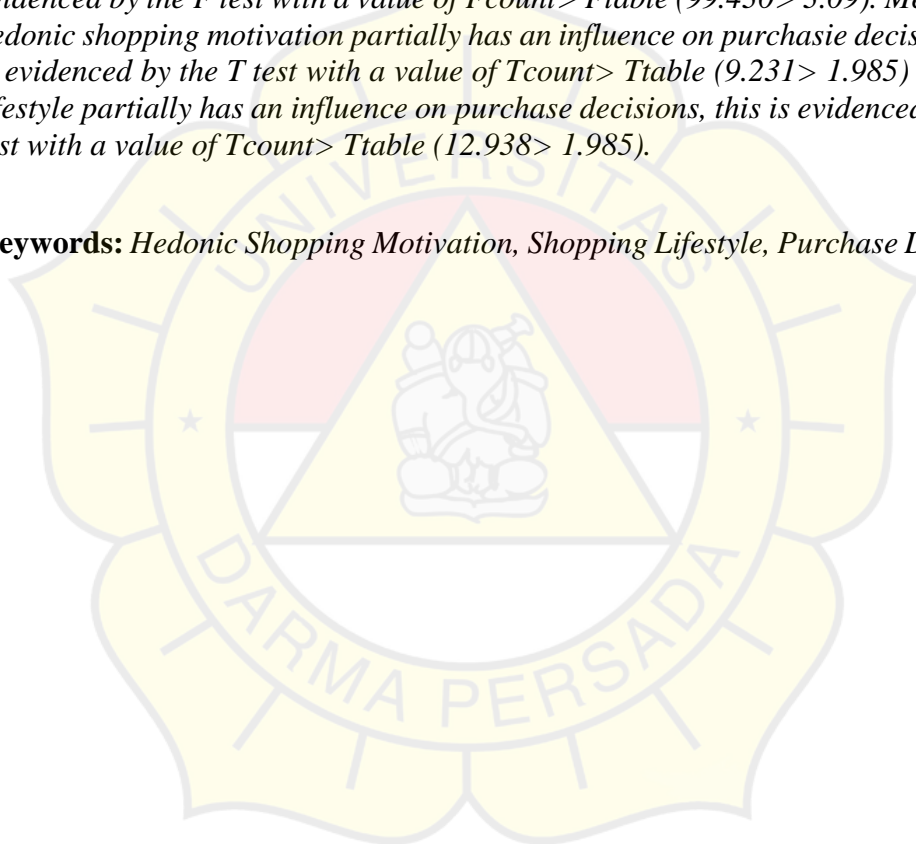
Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *hedonic shopping motivation* dan *shopping lifestyle* terhadap keputusan pembelian Album Fisik K-pop Enhypen pada Engene DKI Jakarta Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan kuesioner kepada 100 responden yang telah melakukan pembelian keputusan pembelian Album Fisik K-pop Enhypen pada Engene DKI Jakarta dengan minimal dalam 3 (tiga) bulan terakhir. Teknik sampel menggunakan *non-probability sampling* dan teknik alat analisis menggunakan Regresi Linear Berganda. Penelitian ini dilakukan uji analisis yang diolah menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *hedonic shopping motivation* dan *shopping lifestyle* terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dibuktikan dengan uji F dengan nilai Fhitung > Ftabel ($99.430 > 3,09$). Sedangkan bahwa *hedonic shopping motivation* secara parsial mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan uji T dengan nilai Thitung > Ttabel ($9.231 > 1,985$) *shopping lifestyle* secara parsial mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan uji T dengan nilai Thitung > Ttabel ($12.938 > 1,985$).

Kata Kunci: *Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine how much influence hedonic shopping motivation and shopping lifestyle have on purchase decisions for K-pop Enhypen Physical Albums at Engene DKI Jakarta. The data collection method used is by providing questionnaires to 100 respondents who have made purchasing decisions for K-pop Enhypen Physical Albums at Engene DKI Jakarta with a minimum of the last 3 (three) months. The sample technique uses non-probability sampling and the analysis tool technique uses Multiple Linear Regression. The results of this study indicate that hedonic shopping motivation and shopping lifestyle on purchase decisions have a positive and significant effect on purchase decisions. This is evidenced by the F test with a value of $F_{count} > F_{table}$ ($99.430 > 3.09$). Meanwhile, hedonic shopping motivation partially has an influence on purchasie decisions, this is evidenced by the T test with a value of $T_{count} > T_{table}$ ($9.231 > 1.985$) shopping lifestyle partially has an influence on purchase decisions, this is evidenced by the T test with a value of $T_{count} > T_{table}$ ($12.938 > 1.985$).

Keywords: Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Purchase Decisions



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan membuat sehingga dapat menyelesaikan Proposal Skripsi yang berjudul **“PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION* DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM FISIK K-POP ENHYPEN** ini dengan baik sesuai dengan jadwal. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan skripsi untuk program Pendidikan Stara Satu (S1) Program Studi Manajemen di Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, dan juga dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Firsan Nova, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi di program Studi Manajemen.
2. Cinta Pertama dan Panutanku, (Alm) Amang ku naburju (Bapak ku tercinta).
Hasudungan Hutaaruk yang sudah ada di surga ketika saya masih menempuh Pendidikan di sekolah dasar kelas 1 dan semasa hidup beliau memang tidak sekolah tinggi namun beliau selalu mampu mendidik dan memotivasi tiada berhenti, Terima kasih untuk atas berkat dan doa pada semasa hidup nya yang ada selalu ada disetiap perjalanan hidupku, dan skripsi ini ku persambahkan untuk bapak ku yang berpesan “kejarlah mimpi kalian, dan selalu selesai kan

Pendidikan kalian dengan tinggi jangan lupa selalu tetap berdoa sama Tuhan Yesus” dan Untuk (Alm) abang pertama saya Leo Benhard Hutauruk yang sudah ada disurga bertemu sama bapak. Skripsi ini ku persembahkan untuk kalian, semoga kalian bahagia disana.

3. Pintu Surgaku, Inang ku Naburju (Mama ku tercinta) Togi Simangunsong, S.Pd.
Terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, doa dan semangat yang selalu mengiringi setiap langkah pencapaian hidup penulis selama ini. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan meskipun terkadang pikiran kita tidak searah jalan yang tidak sama bertolak belakang. Terima kasih atas kesabaran dan kesabaran hati menghadapi penulis yang keras kepala, mama selalu menjadi penguat dan pengingat paling hebat dan terima kasih banyak atas pesan dan sudah selalu menjadi tempat pulang.
4. Bapak Dedi Damhudi, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Bapak Dr. Sukardi, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
6. Kedua Saudara kandung saya abang Enriko, S.Ak dan David Orlando tercinta yang selalu memberi dukungan dorongan serta doa yang tulus untuk adik terakhirnya, sehingga penulis bisa sampai saat ini.
7. Bapak dan ibu dosen yang selama ini memberikan ilmu yang sangat bermanfaat dalam membantu proses belajar selama masa perkuliahan.
8. Teman – teman seperjuangan dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih telah membantu memberikan dukungan semangat dalam pembuatan skripsi ini.

9. Teman – teman PKL (Dini Andriani, Setiyana Sekar, Hairun Nissa, dan Kamiila Aziizah)
Terimakasih telah membantu memberikan dukungan semangat dalam pembuatan skripsi ini.
10. Serta diri sendiri yang sudah mampu menyelesaikan dan melewati prosesnya
11. Matius 21: 22 “Dan apa saja yang kamu minta, dalam doa dengan penuh kepercayaan, kamu akan menerimanya.” Dan, segala sesuatu yang kamu minta dalam doa, percayalah, kamu akan menerimanya.
12. Filipi 4:6 “Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur”.
13. Teman – teman PO (Persekutuan Oikumene) kampus yang tidak bisa disebutkan satu – persatu.
Terimakasih telah membantu memberikan dukungan semangat dalam pembuatan skripsi ini
Demikian skripsi ini dibuat, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, sehingga penulis berharap kritik dan saran yang bersifat membangun.
Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhka

Jakarta, Juli 2024

Penulis,

Sara Uli Oktalina

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|--|------------|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| LEMBAR PERNYATAAN | ii |
| ABSTRAK | iii |
| ABSTRACT | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah | 27 |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah | 27 |
| 1.2.2 Pembahasan Masalah | 28 |
| 1.2.3 Rumusan Masalah | 29 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 29 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 30 |
| BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS | |
| PENELITIAN | 31 |
| 2.1 Landasan Teori | 31 |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran | 31 |
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran | 32 |
| 2.1.3 Bauran Pemasaran | 33 |
| 2.1.4 <i>Hedonic Shopping Motivation</i> | 37 |
| 2.1.5 <i>Shopping Lifestyle</i> | 40 |
| 2.1.6 Keputusan Pembelian | 44 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 51 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 62 |
| 2.4 Hipotesis Ilmiah | 64 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 66 |

| | |
|---|-----------|
| 3.1 Metode yang digunakan | 66 |
| 3.2 Waktu dan Tempat penelitian..... | 67 |
| 3.3 Operasi Variabel | 67 |
| 3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data | 72 |
| 3.5 Cara Penentuan Data..... | 73 |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data..... | 76 |
| 3.7 Rancangan Analisi dan Uji Hipotesis | 78 |
| 3.7.1 Uji Keabsahan Data | 78 |
| 3.6.2 Uji Asumsi Klasik..... | 80 |
| 3.6.3 Alat dan Analisis Data | 83 |
| 3.6.4 Uji Hipotesis | 88 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 90 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 90 |
| 4. 1. 1 Sejarah Singkat Album Fisik K-POP Enhypen..... | 90 |
| 4.2 Hasil Penelitian Karakteristik atau Profil Responden | 95 |
| 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 95 |
| 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 96 |
| 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili DKI Jakarta..... | 96 |
| 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... | 97 |
| 4.2.5 Karakteristik Responden Status Pekerjaan..... | 98 |
| 4.2.6 Karakteristik Responden Pengeluaran Perbulan | 99 |
| 4.2.7 Karakteristik Responden Berapa kali anda membeli album K-pop100 Enhypen dalam 3 bulan terakhir | 100 |
| 4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel | 101 |
| 4.3.1 <i>Hedonic Shopping Motivation</i> | 101 |
| 4.3.2 <i>Shopping Lifestyle</i> | 125 |
| 4.3.3 Keputusan Pembelian..... | 125 |
| 4.4 Hasil Analisis Deskriptif Per Variabel..... | 149 |
| 4.5 Uji Keabsahan Data | 149 |
| 4.4.1 Uji Validitas | 150 |
| 4.4.2 Uji Reliabilitas..... | 151 |

| | |
|---|------------|
| 4.6 Uji Asumsi Klasik | 153 |
| 4.5.1 Uji Normalitas | 153 |
| 4.5.2 Uji Multikolinearitas | 155 |
| 4.5.3 Uji Autokolerasi | 156 |
| 4.5.4 Uji Heterokedasitas | 157 |
| 4.7 Uji Hipotesis Secara Simultan | 158 |
| 4.6.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 158 |
| 4.6.2 Analisis Regresi Linear Sederhana | 159 |
| 4.6.3 Koefisein Kolerasi (R) | 162 |
| 4.6.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 162 |
| 4.8 Uji Hipotesis | 165 |
| 4.7.1 Uji Statistik F | 165 |
| 4.7.2 Uji Statistik T | 167 |
| 4.9 Pembahasan | 169 |
| 4.8.1 Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> dan <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian | 170 |
| 4.8.2 Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> Terhadap Keputusan Pembelian | 171 |
| 4.8.3 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian | 172 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 173 |
| 5.1 Kesimpulan | 173 |
| 5.2 Saran | 174 |
| DAFTAR PUSTAKA | 176 |
| LAMPIRAN | 180 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1.1 Nama Album Fisik Enhyphen dan Rilis Album | 20 |
| Tabel 1.2 Jumlah Sosial Media Enhyphen | 21 |
| Tabel 1.3 Brand Reputaion Idol..... | 24 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 52 |
| Tabel 3.1 Tabel Operasional | 68 |
| Tabel 3.2 Skala Likert | 78 |
| Tabel 3.3 Pengambilan Keputusan Uji Autokolerasi..... | 83 |
| Tabel 3.4 Rentang Skala..... | 84 |
| Tabel 3.5 Interpretasi Koefisien Korelasi | 87 |
| Tabel 3.6 Tingkat Koefisien Determinasi | 87 |
| Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 95 |
| Tabel 4.2 Profil Reseponden Berdasarkan Usia | 96 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili DKI Jakarta | 97 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 98 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan | 99 |
| Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan..... | 100 |
| Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berapa Kali Anda Membeli Album K-Pop Enhyphen Dalam 3 Bulan Terakhir..... | 100 |
| Tabel 4.8 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 1 | 101 |
| Tabel 4.9 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 2 | 102 |
| Tabel 4.10 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 3 | 103 |
| Tabel 4.11 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 4..... | 104 |
| Tabel 4.12 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 5 | 105 |
| Tabel 4.13 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 6 | 106 |
| Tabel 4.14 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 7 | 107 |
| Tabel 4.15 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 8 | 108 |
| Tabel 4.16 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 9 | 109 |
| Tabel 4.17 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 10 | 110 |

| | |
|---|-----|
| Tabel 4.18 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 11 | 111 |
| Tabel 4.19 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 12 | 112 |
| Tabel 4.20 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 13 | 113 |
| Tabel 4.21 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 14 | 114 |
| Tabel 4.22 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 15 | 115 |
| Tabel 4.23 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 16 | 116 |
| Tabel 4.24 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 17 | 117 |
| Tabel 4.25 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 18 | 118 |
| Tabel 4.26 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 19 | 119 |
| Tabel 4.27 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 20 | 120 |
| Tabel 4.28 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 21 | 121 |
| Tabel 4.29 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 22 | 122 |
| Tabel 4.30 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 23 | 123 |
| Tabel 4.31 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 24 | 124 |
| Tabel 4.32 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 25 | 125 |
| Tabel 4.33 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 26 | 126 |
| Tabel 4.34 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 27 | 127 |
| Tabel 4.35 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 28 | 128 |
| Tabel 4.36 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 29 | 129 |
| Tabel 4.37 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 30 | 130 |
| Tabel 4.38 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 31 | 131 |
| Tabel 4.39 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 32 | 132 |
| Tabel 4.40 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 33 | 133 |
| Tabel 4.41 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 34 | 134 |
| Tabel 4.42 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 35 | 135 |
| Tabel 4.43 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 36 | 136 |
| Tabel 4.44 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 37 | 137 |
| Tabel 4.45 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 38 | 138 |
| Tabel 4.46 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 39 | 139 |
| Tabel 4.47 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 40 | 140 |
| Tabel 4.48 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 41 | 141 |

| | |
|---|-----|
| Tabel 4.49 Tanggapan Responden Menjawab Pernyataan 42 | 142 |
| Tabel 4.50 Hasil Analisis Deskriptif Indikator Setiap Dimensi | 143 |
| Tabel 4.51 Hasil Analisis Per Variabel | 149 |
| Tabel 4.52 Hasil Uji Validitas Setiap Variabel | 150 |
| Tabel 4.53 Hasil Uji Reliabilitas..... | 152 |
| Tabel 4.54 Hasil Uji Normalitas | 154 |
| Tabel 4.55 Hasil Uji Multikolinearitas | 155 |
| Tabel 4.56 Hasil Uji Autokolerasi | 156 |
| Tabel 4.57 Hasil Koefisien Determinasi (R^2) Sederhana <i>Hedonic Shopping Motivation</i> (X1) dan <i>Shopping Lifestyle</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian... | 158 |
| Tabel 4.58 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana <i>Hedonic Shopping Motivation</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) | 160 |
| Tabel 4.59 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana <i>Shopping Lifestyle</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)..... | 161 |
| Tabel 4.60 Hasil Uji Kolerasi | 162 |
| Tabel 4.61 Hasil Kolerasi Determinasi (R^2) Berganda..... | 163 |
| Tabel 4.62 Hasil Kolerasi Koefisien Determinasi (R^2) Sederhana <i>Hedonic Shopping Motivation</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)..... | 164 |
| Tabel 4.63 Hasil Kolerasi Koefisien Determinasi (R^2) Sederhana <i>Shopping Lifestyle</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)..... | 165 |
| Tabel 4.64 Hasil Uji F | 166 |
| Tabel 4.65 Hasil Parsial <i>Hedonic Shopping Motivation</i> (X1) | 167 |
| Tabel 4.66 Hasil Uji T Parsial <i>Shopping Lifestyle</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)..... | 168 |
| Tabel 4.67 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis..... | 170 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Boygruop Enhypen | 9 |
| Gambar 1.2 Logo Enhpen & Engene | 10 |
| Gambar 1.3 Diagram Pra Survei Mengenai Alasan Motivasi Berbelanja Album Fisik K-Pop Enhypen Pada Engene DKI Jakarta | 12 |
| Gambar 1.4 Diagram Pra Survei Mengenai Alasan Gaya Hidup Berbelanja Pada Engene DKI Jakarta..... | 13 |
| Gambar 1.5 Penjualan Album Grup K-Pop dibawah Label HYBE Pada Tahun 2019 - 2021..... | 15 |
| Gambar 1.6 Hateo Chart Abum Fisik Enhypen 2020 - 2023 | 18 |
| Gambar 1.7 Official Instagram Enhypen..... | 22 |
| Gambar 1.8 Official Twitter Enhypen | 22 |
| Gambar 1.9 Official Weverse Shop Enhypen..... | 23 |
| Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian..... | 46 |
| Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran | 63 |
| Gambar 2.3 Diagram Paradigma | 65 |
| Gambar 4.1 Album Fisik Enhypen | 93 |
| Gambar 4.2 Group Enhypen..... | 94 |
| Gambar 4.3 Logo Be:Lift | 95 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|--|---------|
| Lampiran 1 Pra Kuesioner Penelitian..... | 181 |
| Lampiran 2 Kuesioner Penelitian | 184 |
| Lampiran 3 Daftar Data Profil Responden..... | 193 |
| Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner Hedonic Shopping Motivation (X1)..... | 199 |
| Lampiran 5 Tabulasi Data Kuesioner Shopping Lifestyle (X2)..... | 202 |
| Lampiran 6 Tabulasi Data Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)..... | 205 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Validitas..... | 211 |
| Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas..... | 217 |
| Lampiran 9 Hasil Uji Asumsi Klasik | 218 |
| Lampiran 10 Hasil Uji Regresi dan Kolerasi | 220 |
| Lampiran 11 Hasil Hipotesis | 223 |
| Lampiran 12 Bukti Penyebaran Kuesioner..... | 224 |
| Lampiran 13 Tabel R..... | 226 |
| Lampiran 14 Tabel F | 227 |
| Lampiran 15 Tabel T | 228 |
| Lampiran 16 Catatan Konsultasi Skripsi..... | 229 |
| Lampiran 17 Daftar Riwayat Hidup..... | 230 |
| Lampiran 18 Tabel Durbin – Watson | 231 |