

**PENGARUH *EWOM*, DISKON, DAN *HEDONIC SHOPPING*  
*MOTIVATION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* KONSUMEN MUSLIM  
MAHASISWI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
(STUDI KASUS PADA *ONLINE SHOP* AYASHA HIJAB YOGYAKARTA)**

**Skripsi**

Diajukan Sebagai Syarat Melakukan Penelitian Untuk Penyusunan Skripsi

Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:

Lina Rahmawati

20190730079

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Lina Rahmawati

NIM : 20190730079

Judul Skripsi :

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah asli hasil karya saya dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi mana pun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis telah disebutkan sumbernya di bagian naskah dan daftar pustaka skripsi ini.

Yogyakarta, 7 Maret 2023

Yang membuat pernyataan

  
  
Lina Rahmawati

## PERSEMBAHAN

Puji *dan* syukur penulis ucapkan terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan Kesehatan, kekuatan, kemudahan, *dan* kelancaran kepada penulis atas pembuatan skripsi ini.

*Skripsi ini penulis persembahkan, kepada:*

Ibu penulis Semi *dan* almarhum Bapak penulis Paimin selaku orang tua penulis tercinta yang selalu memberikan dukungan, kasih penulisng, *dan* selalu mendoakan penulis. Terima kasih telah menjadi orang tua yang sempurna.

Dwi Anto, Tri Widodo, *Dan* Ari Sulistianto selaku kakak penulis tercinta yang selalu mendukung *dan* memfasilitasi semua kebutuhan penulis sampai detik ini serta telah berhasil dalam menyekolahkan adik tercintamu ini sampai menjadi sarjana. Terima kasih telah menjadi kakak yang baik.

Semua keluarga besar serta kerabat yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan baik berupa materi maupun nasihat.

Terima kasih kepada adik satu tingkat di bawah penulis berinisial A yang selalu menemani *dan* memberikan dukungan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan hidayah *dan* taufiknya serta limpahan kepada kita., sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *EWOM*, Diskon, *dan Hedonic Shopping Motivation* Terhadap *Impulse Buying* Konsumen Muslim Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (Studi Kasus Pada *Online shop* Ayasha Hijab Yogyakarta)”. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan program S1 Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari doa, bimbingan, dukungan, bantuan, serta saran dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati *dan* penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, MP. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Syakir Jamaluddin, M.A. selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Homaidi Hamid, S.Ag. selaku ketua program studi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Dr. Maesyaroh, M.A. selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan arahan, saran, *dan* dorongan yang tidak pernah lelah, serta kesabaran dalam memberikan

bimbingan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Seluruh Bapak *dan* Ibu dosen Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu mereka kepada penulis sejak bergabung menjadi keluarga besar Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Terima kasih sahabat-sahabat seperjuangan penulis tercinta yang selalu kebersamai penulis dari awal proses perkuliahan, hingga sampai detik ini, *dan* semoga sampai selanjutnya yaitu: Nisrin, Anis, Apip, *dan* Diah yang selalu saling mendukung, membantu, *dan* Bersama-bersama dalam menghadapi proses perkuliahan yang luar bias ini. *Dan* terima kasih kepada seluruh teman-teman Ekonomi Syariah, terutama Angkatan 2018 yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.
7. Teruntuk semua pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
8. Serta terima kasih almamater penulis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta semoga Allah SWT. Senantiasa memberikan Rahmat *dan* karunianya kepada kalian semua, serta membalas kebaikan kalian semua. Akhir kata penulis mengharapkan kritik *dan* saran yang dapat membangun demi kebaikan skripsi ini. Semoga tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 7 Maret 2023

Penulis,



Lina Rahmawati

## DAFTAR ISI

<b>MOTTO .....</b>	<b>3</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>5</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>7</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>8</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>10</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>22</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>22</b>
A. Latar belakang.....	22
B. Rumusan Masalah .....	28
C. Tujuan Penelitian .....	28
D. Manfaat Penelitian .....	29
E. Sistematika Penelitian .....	29
<b>BAB II .....</b>	<b>31</b>
<b>KERANGKA TEORI .....</b>	<b>31</b>
A. Tinjauan Pustaka .....	31
1. Belanja <i>Online shop</i> atau E-commerce .....	35
2. <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	37
3. Diskon .....	41
4. <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	43
5. <i>Impulse Buying</i> .....	45
b. Faktor yang.....	46
e. Karakteristik .....	49
6. Konsumen Muslim .....	50
D. Kerangka Berpikir.....	52
E. Hipotesis.....	52
<b>BAB III.....</b>	<b>55</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>55</b>

A. Jenis Penelitian.....	55
B. Populasi <i>dan</i> sampel.....	55
1. Populasi .....	55
2. Sampel .....	55
C. Teknik Pengumpulan Data.....	57
1. Kuesioner atau angket .....	57
D. Jenis <i>Dan</i> Sumber Data .....	57
1. Pengambilan Data Primer.....	57
2. Pengambilan Data Sekunder .....	58
E. Skala Pengukuran.....	58
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	58
1. Variabel Dependen .....	59
2. Variabel Independen.....	59
H. Uji Validitas <i>dan</i> Uji Reliabilitas .....	61
3. Uji Validitas .....	61
4. Uji Reliabilitas.....	62
I. Teknik Analisis Data.....	62
<b>BAB IV .....</b>	<b>67</b>
<b>HASIL PENELITIAN <i>DAN</i> PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
<b>A. Gambaran Umum Penelitian .....</b>	<b>67</b>
<b>B. Gambaran Umum Tempat Penelitian .....</b>	<b>68</b>
<b>C. Hasil Penyebaran Kuesioner .....</b>	<b>69</b>
<b>D. Karakteristik Responden.....</b>	<b>70</b>
<b>E. Uji Validitas Data .....</b>	<b>75</b>
1. Convergent validity .....	76
2. Discriminant Validity .....	79
<b>F. Reliabilitas .....</b>	<b>80</b>
<b>G. Hail Pengujian Inner Model (Model Struktural ) <i>dan</i> Hipotesis.....</b>	<b>81</b>
<b>H. Pembahasan Hasil Penelitian.....</b>	<b>86</b>

<b>BAB V.....</b>	<b>91</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>91</b>
A. Simpulan.....	91
B. Keterbatasan Penelitian .....	92
C. Implikasi .....	92
D. Saran .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>99</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3. 1. Skala Likert .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 3. 2.....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 3. 3.....</b>	<b>64</b>
<b>Tabel 3. 4.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel 4. 1.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabel 4. 2.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabel 4. 3.....</b>	<b>72</b>
<b>Tabel 4. 4.....</b>	<b>74</b>
<b>Tabel 4. 5.....</b>	<b>74</b>
<b>Tabel 4. 6.....</b>	<b>78</b>
<b>Tabel 4. 7.....</b>	<b>79</b>
<b>Tabel 4. 8.....</b>	<b>80</b>
<b>Tabel 4. 9.....</b>	<b>80</b>
<b>Tabel 4. 10.....</b>	<b>83</b>
<b>Tabel 4. 11.....</b>	<b>84</b>
<b>Tabel 4. 12.....</b>	<b>86</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b> .....	<b>24</b>
<b>Gambar 1. 2</b> .....	<b>25</b>
<b>Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir</b> .....	<b>52</b>
<b>Gambar 4. 1</b> .....	<b>76</b>
<b>Gambar 4. 2.</b> .....	<b>82</b>
<b>Gambar 4. 3.</b> .....	<b>83</b>