

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

**PENGARUH DISKON, FITUR PAYLATER, DAN E-WOM TERHADAP
IMPULSIVE BUYING GEN Z DI TIKTOKSHOP KOTA BLITAR**

Kuesioner dilakukan dalam rangka penyelesaian skripsi, Saya Tria Yunitasari selaku Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Islam Balitar Blitar. saya melakukan penelitian ini dengan judul “PENGARUH DISKON, FITUR PAYLATER, DAN E-WOM TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* GEN Z DI TIKTOKSHOP KOTA BLITAR”. dengan ini, saya sangat mengharapkan saudara/saudari untuk mengisi beberapa pernyataan pada kuesioner ini. atas waktu dan partisipasinya daam pengisian kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

A. Identitas Responden

Nama :

Usia :

- a. 18 - 23 Tahun²⁴
- b. 29 Tahun
- c. > 30 Tahun

Pengguna Aplikasi Tiktokshop :

- a. Tidak
- b. Iya

Frekuensi Pembelian di Tiktokshop

- a. Tidak Pernah
- b. Kadang-Kadang
- c. Sering
- d. Sangat Sering

B. Petunjuk Kuesioner

Pilihlah salah satu pernyataan yang dianggap paling tepat/sesuai dengan yang saudara/i rasakan.

Keterangan :

1. SS (Sangat Setuju)
2. Setuju (S)
3. Netral (N)
4. TS (Tidak Setuju)
5. STS (Sangat Tidak Setuju)

C. Kuesioner

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
DISKON						
1	Potongan Harga					
	Saya tertarik berbelanja di TikTok Shop karena besarnya potongan harga yang ditawarkan					
	Potongan harga yang besar membuat saya merasa mendapatkan keuntungan lebih.					
2	Masa Potongan Harga					
	Saya sering membeli produk ketika masa potongan harga masih berlangsung					
	Saya sering memanfaatkan masa potongan harga di TikTok Shop untuk berbelanja					
3	Jenis Produk					
	Saya lebih tertarik membeli produk tertentu di TikTok Shop ketika produk tersebut sedang diskon					
FITUR PAYLATER						
1	Keamanan					
	Saya merasa fitur <i>Paylater</i> di TikTok Shop memberikan perlindungan yang cukup terhadap data pribadi dan transaksi saya.					
2	Kemudahan					
	Durasi pembayaran yang ditawarkan tiktok <i>Paylater</i> sesuai dengan kemampuan saya					

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
	Proses pembayaran menggunakan fitur <i>Paylater</i> di TikTok Shop berjalan dengan lancar dan praktis					
3	Kepuasan Produk					
	Fitur <i>Paylater</i> memungkinkan saya mendapatkan produk yang saya inginkan tanpa harus membayar langsung					
4	Desain					
	Saya merasa nyaman menggunakan fitur <i>Paylater</i> karena tampilannya yang <i>user-friendly</i> dan terorganisir dengan baik					
E-WOM						
1	Ulasan Positif					
	Saya cenderung melakukan pembelian spontan setelah melihat komentar positif dari pengguna lain mengenai produk tertentu di TikTok Shop					
2	Rekomendasi Produk					
	Adanya rekomendasi dari pengguna lain membuat saya kurang mempertimbangkan secara matang sebelum membeli produk di TikTok Shop					
3	Membaca Ulasan					
	Semakin sering saya membaca kesan positif di ulasan TikTok Shop, semakin besar kemungkinan saya membeli secara impulsif					
4	Percaya Diri					
	Saya merasa yakin bahwa keputusan pembelian spontan saya di TikTok Shop adalah tepat berkat ulasan dan rekomendasi yang saya baca					
	Setelah membaca ulasan dan rekomendasi di TikTok Shop, saya merasa lebih percaya diri untuk melakukan pembelian secara impulsif					
IMPULSIVE BUYING						
1	Pembelian Spontan					
	Saya cenderung melakukan pembelian di TikTok Shop tanpa persiapan atau perencanaan terlebih dahulu					
2	Pembelian terburu-buru					
	Saat melihat produk yang menarik di TikTok Shop, saya langsung membeli tanpa banyak pertimbangan					
3	Pembelian Dipengaruhi Emosi					

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
	Saya merasa terdorong untuk membeli produk di TikTok Shop ketika sedang merasa senang, sedih, atau tertekan					
4	Pembelian Tanpa Memikirkan Akibat					
4	Penawaran menarik seperti diskon, flash sale, atau gratis ongkir di TikTok Shop sering membuat saya membeli produk secara impulsif					
5	Adanya penawaran khusus di TikTok Shop sering kali membuat saya membeli produk yang sebenarnya tidak saya rencanakan sebelumnya					

Lampiran 2 Tabulasi Data

1. Data Variabel Diskon (X1)

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
1	4	3	4	2	2	15
2	5	4	3	3	4	19
3	3	3	4	3	3	16
4	3	4	4	3	3	17
5	4	3	3	4	3	17
6	5	5	4	4	5	23
7	3	3	3	3	2	14
8	3	4	5	5	5	22
9	4	3	4	4	3	18
10	4	4	5	5	4	22
11	3	3	2	3	4	15
12	4	4	4	4	4	20
13	4	4	3	3	4	18
14	3	4	4	4	4	19
15	4	3	3	4	5	19
16	3	3	3	2	2	13
17	3	3	3	3	4	16
18	3	4	3	3	4	17
19	2	2	2	2	2	10
20	2	2	2	2	3	11
21	1	3	5	1	2	12
22	3	3	3	3	3	15
23	3	4	5	3	4	19
24	4	5	4	4	3	20
25	3	3	3	3	4	16
26	5	5	5	4	4	23
27	3	3	3	4	4	17
28	4	5	4	5	4	22
29	4	4	4	4	5	21
30	4	4	5	4	3	20
31	3	4	3	3	4	17
32	3	3	3	3	3	15
33	3	4	4	3	5	19
34	3	4	3	5	4	19
35	5	4	3	4	5	21
36	1	2	3	3	5	14
37	3	4	5	4	4	20
38	3	4	5	4	3	19
39	4	3	5	5	5	22
40	3	4	3	5	4	19
41	4	4	3	3	4	18
42	5	4	4	5	4	22
43	4	3	4	3	4	18
44	3	4	3	5	4	19
45	1	1	2	3	4	11
46	4	3	5	4	5	21

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
47	4	3	4	4	5	20
48	3	4	4	4	3	18
49	1	1	2	2	3	9
50	4	5	4	3	5	21
51	5	4	4	3	5	21
52	5	4	4	3	5	21
53	5	3	4	3	5	20
54	3	4	5	4	4	20
55	3	4	4	5	4	20
56	4	5	3	5	3	20
57	3	2	1	2	4	12
58	3	4	1	4	5	17
59	3	1	4	2	4	14
60	5	5	4	5	5	24
61	5	5	4	3	5	22
62	5	5	4	3	5	22
63	5	5	4	5	5	24
64	5	5	3	5	5	23
65	5	5	4	5	5	24
66	5	5	4	5	5	24
67	4	3	5	5	5	22
68	5	5	4	5	5	24
69	5	4	5	5	5	24
70	4	5	5	4	5	23
71	5	5	4	5	5	24
72	5	4	4	5	3	21
73	4	3	3	4	5	19
74	5	5	4	3	5	22
75	5	5	5	4	4	23
76	3	4	4	4	5	20
77	4	4	5	5	5	23
78	5	5	5	3	4	22
79	3	3	4	5	5	20
80	4	3	5	5	5	22
81	5	5	3	2	5	20
82	5	5	4	4	4	22
83	5	3	5	3	5	21
84	4	5	4	5	5	23
85	5	5	3	3	5	21
86	4	5	4	5	5	23
87	4	5	5	4	5	23
88	3	5	4	5	5	22
89	3	4	4	4	5	20
90	5	4	5	4	3	21
91	4	3	5	4	3	19
92	4	3	4	5	5	21
93	4	4	5	5	5	23
94	4	3	4	4	5	20
95	3	4	3	4	5	19

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
96	5	4	4	3	3	19
97	4	4	3	5	5	21
98	5	4	5	5	5	24
99	5	5	3	5	5	23
100	5	5	3	5	4	22

2. Data Variabel Fitur *Paylater* (X2)

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
1	2	3	4	3	4	16
2	4	3	4	4	3	18
3	2	2	3	4	4	15
4	4	3	3	4	3	17
5	4	3	4	3	4	18
6	3	3	3	4	4	17
7	3	3	4	3	3	16
8	5	5	5	5	5	25
9	4	4	4	4	4	20
10	3	4	3	3	3	16
11	3	2	3	2	2	12
12	4	4	4	4	4	20
13	4	4	4	5	4	21
14	3	4	3	5	4	19
15	3	4	4	4	3	18
16	1	1	1	1	1	5
17	3	4	4	5	4	20
18	3	3	3	3	3	15
19	2	2	2	2	2	10
20	2	2	2	3	2	11
21	3	5	1	2	4	15
22	3	3	3	3	3	15
23	2	3	3	3	4	15
24	2	3	4	3	2	14
25	3	3	3	3	3	15
26	5	5	4	4	5	23
27	4	4	4	5	5	22
28	2	1	2	4	5	14
29	3	3	3	3	4	16
30	4	4	3	3	4	18
31	4	4	3	5	4	20
32	3	3	3	3	3	15
33	3	4	3	5	4	19
34	1	2	3	4	5	15
35	5	4	4	3	5	21
36	5	4	4	5	5	23
37	4	4	3	4	5	20
38	4	4	3	5	4	20
39	4	5	3	5	5	22
40	4	5	3	4	4	20

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
41	3	5	4	3	3	18
42	1	3	1	3	2	10
43	4	4	3	4	4	19
44	3	5	4	3	4	19
45	2	2	1	1	3	9
46	4	5	4	3	5	21
47	3	4	3	2	2	14
48	4	5	3	4	5	21
49	1	2	2	3	2	10
50	4	4	5	4	3	20
51	4	4	3	5	4	20
52	4	3	5	4	4	20
53	4	3	5	4	5	21
54	4	3	4	3	5	19
55	3	5	5	4	4	21
56	4	5	3	5	3	20
57	2	3	1	1	2	9
58	5	5	4	5	5	24
59	3	5	5	4	5	22
60	4	5	3	3	4	19
61	5	5	3	4	5	22
62	3	5	3	4	4	19
63	5	5	4	3	3	20
64	4	5	5	5	5	24
65	5	5	4	5	4	23
66	5	5	4	4	3	21
67	3	2	3	2	1	11
68	5	4	3	3	2	17
69	4	3	3	2	4	16
70	3	2	2	1	1	9
71	4	3	4	4	3	18
72	4	5	5	4	4	22
73	3	3	2	1	1	10
74	5	4	3	4	4	20
75	3	2	2	3	3	13
76	5	5	4	5	5	24
77	4	4	3	2	3	16
78	5	5	4	4	5	23
79	1	1	2	2	3	9
80	3	1	3	3	3	13
81	4	3	4	4	4	19
82	4	5	5	4	4	22
83	5	5	3	4	4	21
84	5	4	5	4	3	21
85	3	2	3	4	4	16
86	4	5	5	5	4	23
87	1	3	1	2	2	9
88	4	3	5	4	3	19
89	4	3	5	5	4	21

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
90	3	4	5	4	3	19
91	4	4	3	5	4	20
92	4	4	3	4	5	20
93	4	5	4	4	5	22
94	4	5	5	4	3	21
95	3	4	4	3	4	18
96	2	3	3	4	4	16
97	3	5	4	4	5	21
98	3	5	4	4	5	21
99	3	3	4	4	5	19
100	1	3	3	4	5	16

3. Data Variabel E-WOM (X3)

NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL
1	2	3	3	3	3	14
2	3	3	4	4	3	17
3	2	3	3	2	4	14
4	2	2	3	2	3	12
5	3	3	4	4	5	19
6	5	4	4	5	4	22
7	3	4	3	4	3	17
8	5	5	5	5	5	25
9	4	4	4	4	4	20
10	3	3	4	4	3	17
11	3	2	3	2	3	13
12	4	4	4	4	4	20
13	3	3	3	4	4	17
14	2	3	4	4	5	18
15	3	4	4	4	3	18
16	2	2	2	2	3	11
17	4	4	5	4	5	22
18	4	3	4	3	4	18
19	2	1	2	1	1	7
20	3	3	3	3	3	15
21	4	1	3	5	2	15
22	3	3	3	3	3	15
23	4	5	3	3	4	19
24	3	4	5	4	3	19
25	4	3	4	3	4	18
26	4	4	4	5	4	21
27	3	4	4	4	5	20
28	4	5	4	4	5	22
29	5	5	5	5	4	24
30	5	4	4	3	4	20
31	4	4	3	5	4	20
32	5	3	3	3	3	17
33	2	2	1	3	4	12
34	1	2	2	3	3	11

NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL
35	3	4	4	3	5	19
36	5	3	3	4	5	20
37	4	3	5	4	4	20
38	3	4	5	4	4	20
39	4	5	3	4	3	19
40	5	3	3	4	4	19
41	1	3	3	4	5	16
42	4	3	4	1	1	13
43	4	4	3	4	5	20
44	2	3	4	2	4	15
45	4	3	2	3	4	16
46	1	2	3	3	4	13
47	3	4	4	5	4	20
48	3	4	5	4	3	19
49	3	4	3	4	4	18
50	4	4	3	5	4	20
51	3	3	4	5	4	19
52	4	4	4	3	5	20
53	3	3	4	3	4	17
54	4	3	5	4	4	20
55	3	4	3	5	4	19
56	4	5	3	4	5	21
57	5	3	4	4	5	21
58	4	3	3	4	4	18
59	4	4	5	5	4	22
60	5	4	5	3	4	21
61	5	4	5	5	4	23
62	5	4	5	4	5	23
63	5	5	4	4	3	21
64	4	3	3	4	4	18
65	4	4	5	5	5	23
66	5	5	4	2	1	17
67	4	4	5	5	3	21
68	4	5	4	5	5	23
69	5	2	4	3	5	19
70	3	3	4	2	3	15
71	4	3	4	4	3	18
72	5	4	4	5	5	23
73	4	5	4	3	3	19
74	1	2	3	2	2	10
75	4	4	5	5	5	23
76	4	4	5	5	3	21
77	5	4	4	3	3	19
78	5	5	4	4	5	23
79	4	5	3	4	3	19
80	4	4	3	3	3	17
81	5	3	3	4	5	20
82	4	4	5	5	5	23
83	4	3	5	5	2	19

NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL
84	5	5	3	3	4	20
85	5	1	2	5	5	18
86	4	1	4	5	5	19
87	4	3	5	1	5	18
88	3	4	3	5	4	19
89	3	5	4	5	4	21
90	3	5	3	3	4	18
91	3	4	5	3	4	19
92	5	4	4	5	5	23
93	4	5	5	4	5	23
94	4	3	5	5	4	21
95	4	3	5	5	5	22
96	4	5	3	5	5	22
97	1	2	5	3	5	16
98	3	4	4	4	5	20
99	4	3	5	5	5	22
100	5	3	5	4	4	21

4. Data Variabel *Impulsive Buying* (Y)

NO	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL
1	2	1	2	2	2	9
2	2	2	3	3	2	12
3	1	2	3	2	2	10
4	1	3	3	3	4	14
5	2	3	3	3	3	14
6	4	5	5	4	5	23
7	3	3	3	4	4	17
8	5	5	5	5	5	25
9	4	3	3	4	4	18
10	3	4	3	5	3	18
11	2	2	2	3	3	12
12	3	3	3	4	4	17
13	3	3	4	3	4	17
14	3	3	5	4	4	19
15	3	3	3	4	4	17
16	1	2	2	2	2	9
17	3	3	4	3	4	17
18	4	3	3	3	3	16
19	1	2	2	2	2	9
20	2	1	2	2	2	9
21	1	4	2	5	3	15
22	3	3	3	3	3	15
23	4	3	4	4	3	18
24	3	4	5	4	5	21
25	3	1	4	3	3	14
26	3	4	4	5	3	19
27	3	3	4	4	4	18
28	5	4	5	4	5	23

NO	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL
29	4	4	4	4	5	21
30	3	4	3	4	4	18
31	4	3	4	4	3	18
32	2	3	3	3	3	14
33	4	3	3	5	5	20
34	1	3	3	4	5	16
35	3	4	4	4	3	18
36	3	5	5	4	5	22
37	4	3	4	4	5	20
38	3	4	3	4	3	17
39	4	5	2	3	1	15
40	4	3	4	5	3	19
41	2	2	3	3	4	14
42	4	3	1	4	3	15
43	3	4	3	5	4	19
44	1	3	2	3	4	13
45	4	3	3	2	3	15
46	4	4	3	4	3	18
47	4	3	1	3	2	13
48	5	4	1	3	4	17
49	4	3	4	3	3	17
50	2	4	2	4	4	16
51	2	3	3	4	5	17
52	4	4	4	3	5	20
53	3	2	3	4	4	16
54	2	2	4	3	5	16
55	2	3	2	4	4	15
56	5	3	4	5	3	20
57	5	3	4	5	5	22
58	1	2	1	5	2	11
59	5	5	3	4	5	22
60	5	5	2	4	4	20
61	5	4	3	5	5	22
62	5	5	1	5	5	21
63	5	5	4	5	5	24
64	5	3	5	5	5	23
65	5	5	4	4	5	23
66	4	2	3	4	1	14
67	4	5	1	5	5	20
68	5	5	3	4	5	22
69	5	4	3	5	5	22
70	4	5	2	4	5	20
71	5	5	4	4	5	23
72	5	4	5	5	5	24
73	3	4	3	3	5	18
74	4	3	3	5	5	20
75	3	3	4	5	1	16
76	4	5	5	5	4	23
77	5	4	3	5	5	22

NO	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL
78	5	5	4	4	5	23
79	1	2	1	5	5	14
80	3	3	2	5	5	18
81	5	4	1	5	5	20
82	4	1	4	5	5	19
83	4	3	5	5	5	22
84	5	1	5	4	5	20
85	4	5	5	3	3	20
86	5	4	3	5	5	22
87	5	4	1	5	5	20
88	2	3	2	3	4	14
89	2	3	3	4	5	17
90	3	3	2	4	4	16
91	3	3	4	4	3	17
92	3	5	5	4	3	20
93	4	5	5	4	3	21
94	3	3	5	5	4	20
95	1	3	5	4	3	16
96	1	3	5	3	3	15
97	4	5	5	4	4	22
98	2	3	5	4	4	18
99	1	3	5	4	4	17
100	1	2	5	4	1	13

Lampiran 3 Output SPSS

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel Diskon (X1)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Diskon
X1.1	Pearson Correlation	1	,635**	,345**	,366**	,388**	,780**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,635**	1	,318**	,456**	,346**	,783**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,345**	,318**	1	,322**	,159	,599**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001		,001	,115	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,366**	,456**	,322**	1	,440**	,732**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,388**	,346**	,159	,440**	1	,647**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,115	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Diskon	Pearson Correlation	,780**	,783**	,599**	,732**	,647**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel Fitur Paylater

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Fitur Paylater
X2.1	Pearson Correlation	1	,629**	,543**	,470**	,391**	,780**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,629**	1	,482**	,483**	,470**	,793**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,543**	,482**	1	,568**	,431**	,769**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,470**	,483**	,568**	1	,644**	,807**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,391**	,470**	,431**	,644**	1	,752**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Fitur Paylater	Pearson Correlation	,780**	,793**	,769**	,807**	,752**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel E-WOM (X3)

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	E-WOM
X3.1	Pearson Correlation	1	,385**	,305**	,347**	,200*	,690**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,000	,046	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,385**	1	,306**	,293**	,181	,658**
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,003	,071	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,305**	,306**	1	,308**	,222*	,629**
	Sig. (2-tailed)	,002	,002		,002	,027	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,347**	,293**	,308**	1	,412**	,721**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,002		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	,200*	,181	,222*	,412**	1	,604**
	Sig. (2-tailed)	,046	,071	,027	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
E-WOM	Pearson Correlation	,690**	,658**	,629**	,721**	,604**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel Impulsive Buying (Y)

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Impulsive Buying
Y1	Pearson Correlation	1	,521**	,291**	,449**	,412**	,788**
	Sig. (2-tailed)		,000	,003	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,521**	1	,213*	,374**	,360**	,713**
	Sig. (2-tailed)	,000		,033	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,291**	,213*	1	,197*	,205*	,576**
	Sig. (2-tailed)	,003	,033		,049	,041	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,449**	,374**	,197*	1	,459**	,679**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,049		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	,412**	,360**	,205*	,459**	1	,698**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,041	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Impulsive Buying	Pearson Correlation	,788**	,713**	,576**	,679**	,698**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 5 Hasil Uji Reabilitas Diskon (X1)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,755	5

Tabel 6 Hasil Uji Reabilitas Fitur Paylater (X2)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,839	5

Tabel 7 Hasil Uji Reabilitas E-WOM (X3)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,678	5

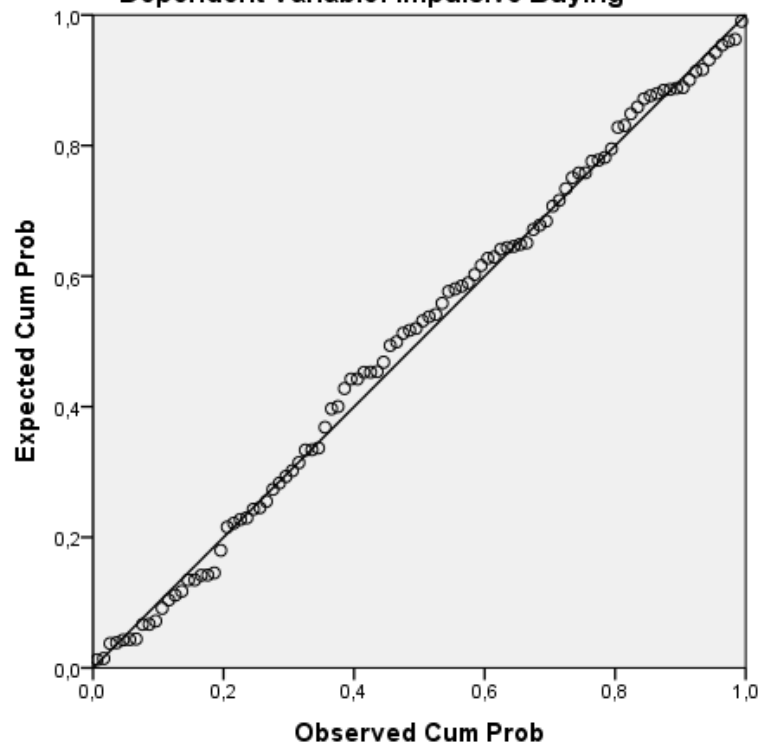
Tabel 8 Hasil Uji Reabilitas *Impulsive Buying* (Y)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,720	5

Tabel 9 Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Impulsive Buying



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardiz ed Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,82274087
Most Extreme Differences	Absolute	,052
	Positive	,048
	Negative	-,052
Kolmogorov-Smirnov Z		,516
Asymp. Sig. (2-tailed)		,953

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Tabel 10 Hasil Uji Multikolinearitas**Coefficients^a**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Diskon	,766	1,305
	Fitur Paylater	,773	1,293
	E-WOM	,749	1,335

a. Dependent Variable: Impulsive Buying

Tabel 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,806	1,157		2,426	,017
	Diskon	-,008	,056	-,017	-,143	,887
	Fitur Paylater	-,003	,045	-,007	-,057	,955
	E-WOM	-,017	,058	-,035	-,296	,768

a. Dependent Variable: ABSRES

Tabel 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,361	1,983		,686	,494
	Diskon	,342	,096	,317	3,575	,001
	Fitur Paylater	,103	,078	,117	1,326	,188
	E-WOM	,424	,100	,378	4,225	,000

a. Dependent Variable: Impulsive Buying

Tabel 13 Hasil Uji T (parsial)**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,361	1,983		,686	,494
	Diskon	,342	,096	,317	3,575	,001
	Fitur Paylater	,103	,078	,117	1,326	,188
	E-WOM	,424	,100	,378	4,225	,000

a. Dependent Variable: Impulsive Buying

Tabel 14 Hasil Uji F (simultan)**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	579,181	3	193,060	23,496	,000 ^b
	Residual	788,819	96	8,217		
	Total	1368,000	99			

a. Dependent Variable: Impulsive Buying

b. Predictors: (Constant), E-WOM, Fitur Paylater, Diskon

Tabel 15 Hasil Koefisien Determinasi**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,651 ^a	,423	,405	2,86651

a. Predictors: (Constant), E-WOM, Fitur Paylater, Diskon

Kepada
Yth. Suprianto, SE., MM.
Di Tempat,

Blitar, 6 Mei 2025

PENGAJUAN JUDUL SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tria Yunitasari
NIM : 21106620159
Fakultas : Ekonomi
Progran Studi : Manajemen

Dengan ini saya mengajukan permohonan judul skripsi sebagai berikut :

Judul : **"Pengaruh Diskon, Fitur Paylater, Dan E-WOM Terhadap Impulsive Buying Gen Z di Tiktokshop Kota Blitar"**

Permasalahan :

1. Apakah diskon berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku impulsive buying mahasiswa Universitas Islam Balitar di Tiktokshop?
2. Apakah fitur Paylater berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku impulsive buying mahasiswa Universitas Islam Balitar di Tiktokshop?
3. Apakah *Electronic- Word of Mouth* (E-WOM) berpengaruh signifikan terhadap perilaku impulsive buying mahasiswa Universitas Islam Balitar di Tiktokshop?
4. Apakah diskon, fitur Paylater, dan *Electronic- Word of Mouth* (E-WOM) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku impulsive buying mahasiswa Universitas Islam Balitar di Tiktokshop?

Demikian atas perhatian dan persetujuan serta bimbingannya lebih lanjut dari Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih.

Menyetujui,

Yang Mengajukan

Pembimbing


Suprianto, SE., MM
NIDN. 0717027601

Tria Yunitasari
NIM. 21106620159

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Tria Yunitasari
 N I M : 21106620159
 Fakultas : Ekonomi
 Program Studi : Manajemen
 Program Pendidikan : S – 1 (strata satu)
 Judul Skripsi : Pengaruh Diskon, Fitur Paylater,
 E-WOM Terhadap *Impulsive Buying*
 Gen Z Kota Blitar

Tgl Pengajuan Skripsi :
 Konsultasi :

TANGGAL	PARAF PEMBIMBING	MATERI KONSULTASI
6 Mei 2025		Bimbingan Judul
27 Mei 2025		Bimbingan bab 1-2
23 Juni 2025		Bimbingan bab 2
25 Juni 2025		Bimbingan bab 2
26 Juni 2025		Bimbingan bab 3-5
27 Juni 2025		Bimbingan bab 4
29 Juni 2025		ACC

Tgl Selesai Skripsi :
 Keterangan : Bimbingan Telah Selesai

Dosen Pembimbing I


Suprianto SE., MM
 NIDN. 0717027601

Dosen Pembimbing II

Aris Sunandes, SE., MM
 NIDN. 0707046801



YAYASAN BINA CITRA ANAK BANGSA
UNIVERSITAS ISLAM BALITAR

Sekretariat / Kampus : Jl. Mojopahit 4A Telp. 0342-813145 Blitar - Jawa Timur

LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Tria Yunitasari
 NIM : 21106620159
 Fakultas : EKONOMI
 Program Studi : MANAJEMEN
 Program Pendidikan : S-1 (Strata Satu)
 Judul Skripsi : Pengaruh Diskon, Fitur Paylater, dan E-WOM Terhadap
Impulsive Buying Gen Z di Tiktokshop Kota Blitar
 Tgl Pengajuan Skripsi :
 Konsultasi :

NO.	TANGGAL	PARAF PEMBIMBING	MATERI KONSULTASI
	09 Mei 25		Bimbingan bab 1
	20 Mei 25		bimbingan bab 1-2
	11 Juni 25		bimbingan bab 3
	15 Juni 25		bimbingan bab 4-5
	18 Juni 25		bimbingan bab 4-5
	20 Juni 25		bimbingan bab 4-5
	25 Juni 25		bimbingan bab 4-5
	28 Juni 25		All

Tgl Selesai Skripsi :
 Keterangan : Bimbingan Telah Selesai

Dosen Pembimbing II

Aris Supandes, SE.,MM
 Aris Supandes, SE.,MM
 NIDN. 0707046801



YAYASAN BINA CITRA ANAK BANGSA
UNIVERSITAS ISLAM BLITAR

Sekretariat / Kampus : Jl. Mojopahit 4A Telp. 0342-813145 Blitar - Jawa Timur

LEMBAR REVISI

SIDANG UJIAN SKRIPSI

Nama : TRIA YUNITASARI
 NIM : 21106620159
 Program Studi : MANAJEMEN

Judul Skripsi : "PENGARUH DISKON, FITUR PAYLATER, DAN E-WOM TERHADAP IMPULSIVE BUYING GEN Z DI TIKTOK SHOP KOTA BLITAR"

Naskah yang harus direvisi :

1. Letter Belakangan
2. Pembahasan
3. Kesimpulan & Saran
4.
5.

Blitar, 30 JUNI 2025

Penguji I

[Signature]

(.....)



YAYASAN BINA CITRA ANAK BANGSA
UNIVERSITAS ISLAM BALITAR

Sekretariat / Kampus : Jl. Mojopahit 4A Telp. 0342-813145 Blitar - Jawa Timur

LEMBAR REVISI

SIDANG UJIAN SKRIPSI

Nama : TRIA YUNITASARI
 NIM : 21106620159
 Program Studi : MANAJEMEN
 Judul Skripsi : PENGARUH DISKON, FITUR PAYLATER, DAN E-WOM
 TERHADAP IMPULSIVE BUYING GEN Z DI TIKTOK SHOP KOTA BLITAR

Naskah yang harus direvisi :

1. Tujuan, Abstrak, E-wom.
2. Populasi & Sampel
3. Deskriptif di Bab II
4.
5.

Blitar, 30 JUNI 2025

Penguji II

(.....)



YAYASAN BINA CITRA ANAK BANGSA
UNIVERSITAS ISLAM BLITAR

Sekretariat / Kampus : Jl. Mojopahit 4A Telp. 0342-813145 Blitar - Jawa Timur

LEMBAR REVISI

SIDANG UJIAN SKRIPSI

Nama : TRIA YUNITASARI

NIM : 21106620159

Program Studi : MANAJEMEN

Judul Skripsi : "PENGARUH DISKON, FITUR PAYLATER, DAN E-WOM
 TERHADAP IMPULSIVE BUYING GEN Z DI TIKTOK SHOP KOTA BLITAR"

Naskah yang harus direvisi :

1.
2.
3.
4.
5.

Blitar, 30 JUN 2025

Penguji III

(.....)