

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

#### A. Lembar Kuesioner Penelitian

**Hai!** 🙌

Terima kasih sudah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini! Saya Yasmin Zahranjani mahasiswa Program Studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Malang. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian berjudul "**Pengaruh Shopping Lifestyle dan Social Media Marketing terhadap Impulsive Buying di Shopee melalui Positive Emotion**", dengan fokus pada konsumen Gen Z di Kota Malang dalam kategori produk fashion.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana gaya belanja dan strategi pemasaran di media sosial dapat mempengaruhi keputusan pembelian impulsif, terutama melalui perasaan positif yang muncul saat berbelanja online.

**Adapun kriteria yang saya butuhkan untuk menyelesaikan penelitian ini adalah sebagai berikut:**

- Konsumen yang pernah membeli produk pakaian secara spontan di Shopee
- Mempunyai social media seperti Instagram atau TikTok
- Generasi Z atau berusia 17-28 tahun
- Berada di Kota Malang

📌 **Durasi pengisian:** 5 menit

🔒 **Privasi terjamin:** Semua jawaban bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk keperluan akademik

Jika ada pertanyaan lebih lanjut, jangan ragu untuk menghubungi saya:

✉️ : [anjaniyasmin.dec@gmail.com](mailto:anjaniyasmin.dec@gmail.com)

Terima kasih banyak atas partisipasi Anda! Selamat mengisi kuesioner! 😊

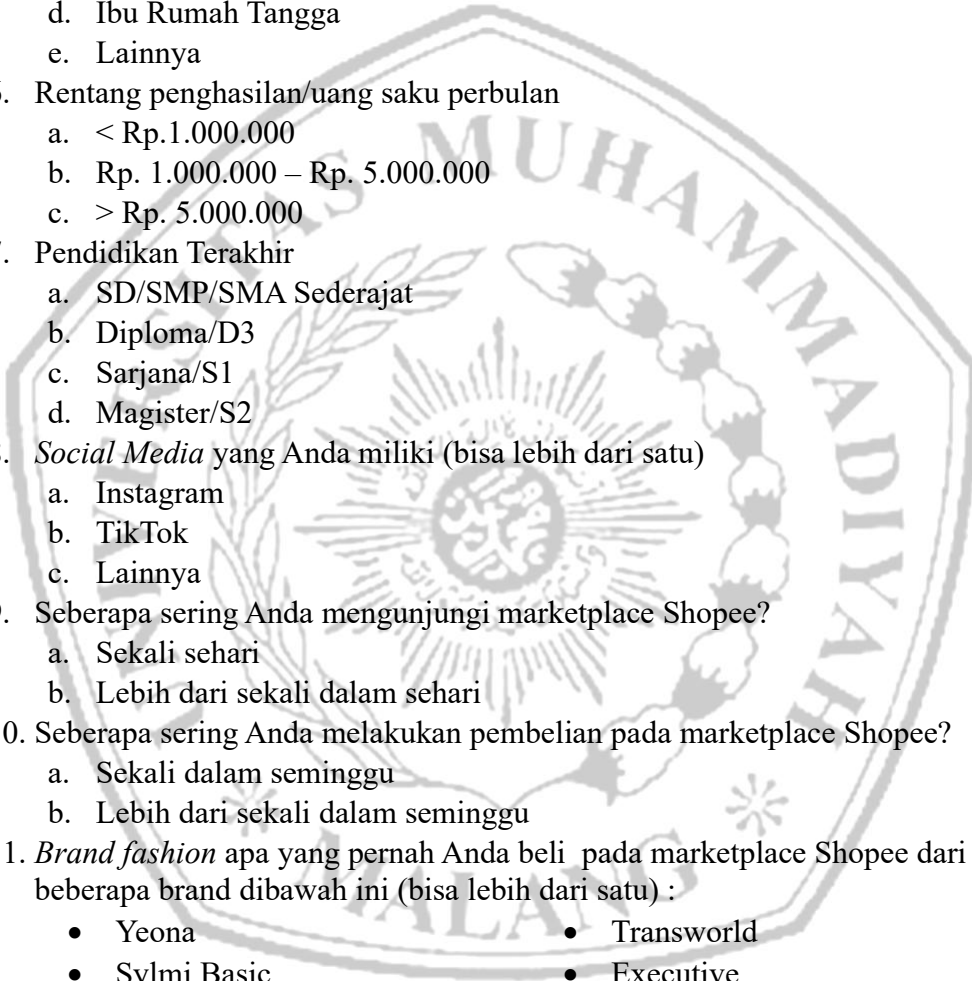
#### B. Screening Question

Anda dapat melanjutkan ke dalam kuesioner utama jika menjawab "ya" pada pertanyaan dibawah, sebaliknya jika Anda menjawab "tidak" pada pertanyaan tersebut Anda tidak dapat melanjutkan karena tidak memenuhi kriteria.

1. Apakah Anda memiliki akun marketplace Shopee? Ya/Tidak
2. Apakah Anda tinggal di Kota Malang? Ya/Tidak

#### C. Data Responden

1. Telepon/WhatsApp
2. Nama
3. Rentang usia
  - a. 17 – 20 Tahun
  - b. 21 – 24 Tahun

- 
- c. 25 – 28 Tahun
  4. Jenis kelamin
    - a. Laki-laki
    - b. Perempuan
  5. Pekerjaan
    - a. Pelajar/Mahasiswa
    - b. Karyawan
    - c. Pengusaha
    - d. Ibu Rumah Tangga
    - e. Lainnya
  6. Rentang penghasilan/uang saku perbulan
    - a. < Rp.1.000.000
    - b. Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000
    - c. > Rp. 5.000.000
  7. Pendidikan Terakhir
    - a. SD/SMP/SMA Sederajat
    - b. Diploma/D3
    - c. Sarjana/S1
    - d. Magister/S2
  8. *Social Media* yang Anda miliki (bisa lebih dari satu)
    - a. Instagram
    - b. TikTok
    - c. Lainnya
  9. Seberapa sering Anda mengunjungi marketplace Shopee?
    - a. Sekali sehari
    - b. Lebih dari sekali dalam sehari
  10. Seberapa sering Anda melakukan pembelian pada marketplace Shopee?
    - a. Sekali dalam seminggu
    - b. Lebih dari sekali dalam seminggu
  11. *Brand fashion* apa yang pernah Anda beli pada marketplace Shopee dari beberapa brand dibawah ini (bisa lebih dari satu) :
    - Yeona
    - Sylmi Basic
    - Ghealsy
    - Colorbox
    - This is April
    - CutOff
    - Transworld
    - Executive
    - Erigo
    - Maternal Disaster
    - Lainnya

#### **D. Instruksi Pengisian Kuisisioner**

Bacalah dengan teliti dan silakan jawab setiap pernyataan berdasarkan pendapat Anda

mengenai shopping lifestyle, social media marketing, dan bagaimana keduanya memengaruhi perilaku impulsif saat berbelanja fashion di Shopee, terutama melalui perasaan positif yang muncul selama proses belanja.

Kuesioner ini menggunakan skala 5 poin berikut:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Cukup Setuju / Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

#### E. Daftar Pernyataan Kuisisioner

No.	Kode	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	SL1A	Saya sering melakukan pembelian di platform Shopee.					
2.	SL1B	Saya sering mengunjungi atau melihat-lihat produk fashion di Shopee dalam waktu luang saya.					
3.	SL2A	Saya tertarik membeli produk fashion di Shopee karena tren atau model fashion terbaru.					
4.	SL2B	Saat berbelanja produk fashion di Shopee, saya selalu memastikan bahwa produk yang saya pilih sesuai dengan gaya saya sehari-hari					
5.	SL3A	Saya menikmati berbelanja produk fashion di Shopee karena saya dapat dengan mudah mencari model yang saya sukai, melihat rekomendasi, dan mendapatkan promo menarik.					
6.	SMM1A	Konten yang diposting oleh brand fashion di media sosial relevan dengan gaya yang saya sukai.					
7.	SMM1B	Saya senang melihat konten yang dibagikan oleh toko fashion di media sosial karena biasanya berisi gambar dan video produk yang menarik serta informasi yang berguna untuk saya dalam memilih produk yang sesuai.					
8.	SMM2A	Semakin banyak influencer atau brand yang terlibat dalam kolaborasi, semakin besar pula kepercayaan saya terhadap produk tersebut.					
9.	SMM2B	Saya lebih tertarik dengan suatu produk ketika merek tersebut menampilkan konten kolaborasi yang berkualitas, seperti bekerja sama dengan influencer terpercaya atau					

No.	Kode	Pernyataan	1	2	3	4	5
		brand ternama, karena hal itu menunjukkan bahwa produk tersebut memiliki nilai lebih.					
10.	SMM3A	Komunitas yang dibangun oleh suatu merek membuat saya lebih percaya terhadap produk mereka, karena saya dapat melihat pengalaman pengguna lain, mendapatkan rekomendasi, dan merasa lebih yakin dengan kualitas produk yang ditawarkan.					
11.	SMM4A	Saya sering melihat brand fashion menggunakan feedback dari pelanggan untuk meningkatkan produk mereka.					
12.	PE1A	Saya merasa tertarik dengan produk yang ditawarkan di toko online ini.					
13.	PE2A	Produk pada toko fashion ini membuat saya ingin melakukan interaksi lebih lanjut dengan merek untuk melakukan pembelian.					
14.	PE3A	Mengenakan produk fashion ini memberikan rasa bangga bagi saya karena produk ini memiliki tampilan yang cocok dengan saya, nyaman dipakai, dan membuat saya lebih percaya diri.					
15.	PE4A	Berbelanja di Shopee sangat menyenangkan karena banyak pilihan fashion yang sesuai dengan gaya saya.					
16.	PE5A	Saya merasa puas dengan produk fashion ini setelah membelinya karena produk ini sesuai dengan apa yang saya harapkan.					
17.	PE6A	Saat menemukan produk fashion yang cocok, saya merasa antusias dan langsung ingin menyelesaikan pembelian agar bisa segera mendapatkan dan menggunakannya.					
18.	PE7A	Saya merasa bebas dalam memutuskan untuk membeli produk ini, sehingga pilihan ini benar-benar sesuai dengan keinginan saya.					
19.	IB1A	Saat melihat produk fashion yang menarik, saya merasa terdorong untuk membelinya meskipun tidak ada rencana sebelumnya.					
20.	IB2A	Ketika melihat produk yang menarik perhatian saya, saya langsung ingin membelinya tanpa mempertimbangkan hal lain.					
21.	IB3A	Saya merasa bersemangat atau tertarik saat berbelanja online.					

No.	Kode	Pernyataan	1	2	3	4	5
22.	IB4A	Saya tidak ragu untuk membeli barang yang saya sukai, tanpa mempertimbangkan akibatnya.					



**Lampiran 2. Jawaban Responden**

Respo nden	SL 1A	SL 1B	SL 2A	SL 2B	SL 3A	SM M1 A	SM M1B	SM M2 A	SM M2B	SM M3 A	SM M4 A	PE 1A	PE 2A	PE 3A	PE 4A	PE 5A	PE 6A	PE 7A	IB 1A	IB 2A	IB 3A	IB 4A
1	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	4	3
2	2	4	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	3
3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	2
4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3
5	5	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
6	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2
7	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3
8	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	2
10	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5
11	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	2	5	2
13	2	4	2	4	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	2
14	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	4	5	4	5	5	3	3	4	5	5	5	5	3	4	5	5	4	5	2	3	4	3
17	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	5	5	4	4	5	5	5	3	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3
19	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	3	3	5	3	4	4
20	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	4	4	3	3	4
21	4	4	5	4	5	5	3	3	4	5	5	4	4	3	4	5	3	5	5	4	4	5
22	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4
23	2	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3

Responden	SL 1A	SL 1B	SL 2A	SL 2B	SL 3A	SM M1 A	SM M1B	SM M2 A	SM M2B	SM M3 A	SM M4 A	PE 1A	PE 2A	PE 3A	PE 4A	PE 5A	PE 6A	PE 7A	IB 1A	IB 2A	IB 3A	IB 4A
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
27	5	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
29	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
30	3	2	2	4	3	3	3	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
31	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5
32	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4
33	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	5	4	4	1	5	5
35	4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2
36	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5
37	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
38	4	4	3	5	2	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5
39	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	3	4	3	4	4	5	3	4	5	5
40	5	5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
41	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	2
42	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4	5	5
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	3	5	5
45	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
46	4	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	3	3
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4

Responden	SL 1A	SL 1B	SL 2A	SL 2B	SL 3A	SM M1 A	SM M1B	SM M2 A	SM M2B	SM M3 A	SM M4 A	PE 1A	PE 2A	PE 3A	PE 4A	PE 5A	PE 6A	PE 7A	IB 1A	IB 2A	IB 3A	IB 4A
49	5	3	4	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	5	4	3	5	5	4	4	5
50	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
51	3	3	2	4	3	4	2	4	3	2	4	2	4	2	4	4	2	2	4	3	2	5
52	3	4	4	5	4	2	3	5	4	5	1	3	4	3	5	4	3	4	2	2	3	2
53	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
54	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	3	4	3
55	5	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4	3	5	4	3
56	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	5	4	3	5	4	4	3	3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	3	3	4
58	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5
59	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4
60	5	2	3	4	4	4	4	3	2	4	3	4	3	2	4	3	2	4	2	2	3	2
61	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
62	5	5	3	4	5	3	3	5	5	4	3	4	4	5	5	5	3	5	5	4	5	3
63	4	3	5	4	5	4	5	4	3	5	5	4	3	4	4	5	5	3	5	4	4	5
64	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
66	5	3	5	5	5	5	4	4	4	3	5	3	4	5	5	4	3	3	3	5	4	5
67	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4
68	4	5	4	4	5	3	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3
69	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5
70	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	5	3	4	4	4	3	5	4
71	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	3
72	2	3	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4
73	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5

Responden	SL 1A	SL 1B	SL 2A	SL 2B	SL 3A	SM M1 A	SM M1B	SM M2 A	SM M2B	SM M3 A	SM M4 A	PE 1A	PE 2A	PE 3A	PE 4A	PE 5A	PE 6A	PE 7A	IB 1A	IB 2A	IB 3A	IB 4A
74	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
75	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5
76	5	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	3	5
77	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3	3	4	3
78	4	5	4	5	5	3	4	3	4	3	4	4	5	3	4	4	3	5	4	4	3	2
79	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	5	5	4	5	5	5	5	3	3	4	4
80	5	5	4	5	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	4	5
81	4	4	5	4	3	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4
82	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5
83	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	4	4	3	5	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	1
86	3	2	3	1	3	2	2	1	3	3	2	3	2	1	2	1	1	2	3	3	2	2
87	2	3	3	2	1	1	2	1	1	3	3	2	3	2	1	2	1	3	2	1	3	2
88	1	2	1	1	1	3	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	3	2	3	2	3
89	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4
90	3	3	1	2	3	2	3	2	1	3	3	3	3	1	2	3	2	2	3	3	1	1
91	3	3	3	5	5	3	5	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4
92	4	5	4	3	5	5	3	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
93	3	4	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2
94	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5
95	1	1	2	3	2	3	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	3	2	2	3	1	2
96	3	2	2	3	1	1	3	3	2	1	2	2	1	3	3	2	1	2	3	2	2	2
97	1	3	3	3	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	3	2	1	1	2	1	3
98	2	3	2	1	3	2	1	2	3	1	2	1	3	2	2	3	1	3	2	3	2	1

Responden	SL 1A	SL 1B	SL 2A	SL 2B	SL 3A	SM M1 A	SM M1B	SM M2 A	SM M2B	SM M3 A	SM M4 A	PE 1A	PE 2A	PE 3A	PE 4A	PE 5A	PE 6A	PE 7A	IB 1A	IB 2A	IB 3A	IB 4A
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
100	4	5	3	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4
101	3	2	1	2	1	3	2	1	3	2	3	2	1	3	2	1	3	2	3	2	1	2
102	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	3	4	4	3
103	5	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
104	4	5	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	4	3
105	3	4	4	4	5	5	4	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5
106	1	1	2	3	3	2	3	3	2	1	1	2	1	3	3	2	1	1	3	2	1	1
107	4	4	3	5	5	4	3	4	4	5	5	5	4	5	3	5	4	3	4	5	5	3
108	3	4	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	2	2	3	2
109	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	3	5	5	4
110	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4	3
111	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
112	2	3	3	1	2	1	3	2	2	3	1	2	2	1	3	3	2	3	2	2	1	1
113	1	3	2	2	2	3	1	3	1	2	2	1	2	3	3	2	1	1	2	2	3	3
114	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	3
115	3	2	2	3	2	3	1	2	2	1	3	3	1	2	2	1	3	2	3	1	3	2
116	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	1	3	5	2
117	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
118	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
119	4	5	5	2	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4
120	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3
121	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	3
122	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5
123	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	4	3	5	3	5	4	5	5	2	3	5

Responden	SL 1A	SL 1B	SL 2A	SL 2B	SL 3A	SM M1 A	SM M1B	SM M2 A	SM M2B	SM M3 A	SM M4 A	PE 1A	PE 2A	PE 3A	PE 4A	PE 5A	PE 6A	PE 7A	IB 1A	IB 2A	IB 3A	IB 4A
124	5	4	5	3	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3	5	4	5	4	3
125	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3
126	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	3
127	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5
128	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4
129	3	2	1	3	1	3	2	2	1	3	1	2	2	1	3	1	2	1	3	2	2	1
130	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	3
131	2	1	2	2	2	2	1	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2
132	4	5	3	4	5	3	4	5	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4
133	4	3	5	5	4	3	3	4	5	3	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
134	4	5	3	4	2	4	5	5	3	2	2	5	4	4	5	4	5	4	3	4	5	4
135	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
136	4	4	3	3	5	5	3	4	5	3	3	4	5	4	5	3	4	5	5	5	5	4
137	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
138	4	4	3	3	5	4	3	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
139	3	4	5	4	5	3	5	4	4	5	4	3	4	5	4	5	3	4	4	5	3	4
140	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5
141	5	4	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	4	5	4	3	5	4	3	4	5	4
142	5	5	4	4	4	3	5	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	3	5	4
143	2	2	3	1	2	2	1	3	2	2	1	1	2	1	2	3	1	2	2	2	3	3
144	3	2	4	1	2	2	3	1	2	2	3	3	1	2	1	3	2	1	5	2	3	2
145	4	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	5	3
146	5	5	4	4	5	3	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4	3
147	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
148	4	1	2	1	5	3	2	3	4	3	2	4	3	3	4	2	3	1	2	3	3	1

Responden	SL 1A	SL 1B	SL 2A	SL 2B	SL 3A	SM M1 A	SM M1B	SM M2 A	SM M2B	SM M3 A	SM M4 A	PE 1A	PE 2A	PE 3A	PE 4A	PE 5A	PE 6A	PE 7A	IB 1A	IB 2A	IB 3A	IB 4A
149	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	3	2	4	2
150	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5
151	4	5	5	3	5	4	5	3	4	3	5	4	3	5	4	4	5	3	5	3	4	4
152	5	4	4	3	5	4	5	4	5	3	5	4	3	5	4	5	4	5	5	4	3	5
153	4	3	3	5	4	3	4	4	3	4	3	3	5	4	4	5	4	3	5	4	4	3
154	3	5	4	4	5	3	5	4	5	3	4	3	5	4	5	3	5	4	3	5	5	4
155	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	3
156	4	3	5	5	3	4	3	5	3	4	4	4	3	5	5	4	3	5	3	5	3	5
157	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5
158	5	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	3	5	5	4	4	5	5	4
159	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	1	3	2	3	1	3	2	3	3	2	2	3
160	3	4	4	5	4	4	3	4	3	5	5	4	3	3	5	5	4	4	4	3	3	4
161	4	5	4	3	5	4	5	3	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	5	4	3	5
162	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	3	3	4	3
163	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4
164	5	4	3	4	4	3	4	3	4	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	3	4	3
165	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	3	5	3	4	4	5	3	4	5	5	4	3
166	4	5	5	5	3	5	5	3	4	4	5	5	3	3	5	4	4	5	5	5	4	5
167	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5
168	4	4	5	5	3	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	3	5	5	3	4	4	5
169	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	3	4	3
170	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	5	5	4	4	4	3	4	3
171	4	4	3	3	5	5	5	4	3	4	3	5	4	5	3	4	4	3	4	4	3	5
172	3	4	4	5	3	5	5	4	4	3	5	4	5	3	3	4	5	5	3	4	4	3
173	4	5	4	4	3	5	4	3	3	5	3	4	5	4	3	5	5	4	3	5	5	4

Responden	SL 1A	SL 1B	SL 2A	SL 2B	SL 3A	SM M1 A	SM M1B	SM M2 A	SM M2B	SM M3 A	SM M4 A	PE 1A	PE 2A	PE 3A	PE 4A	PE 5A	PE 6A	PE 7A	IB 1A	IB 2A	IB 3A	IB 4A
174	3	5	5	4	5	5	5	4	4	3	3	5	3	4	4	3	5	5	4	5	3	3
175	3	4	5	5	5	4	4	3	5	5	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5
176	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	4	4	5	5
177	4	5	5	3	4	3	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	5	5	3	4
178	4	4	5	4	3	3	5	5	4	3	4	5	3	4	3	5	5	3	4	4	5	3
179	4	4	3	4	5	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	3	5
180	4	5	5	5	4	5	3	3	4	4	5	4	5	4	5	5	5	3	4	5	4	5
181	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	3	4	5	4	5	3
182	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4
183	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5
184	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
185	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5
186	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5
187	5	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4
188	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5
189	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5
190	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5
191	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5
192	2	2	1	2	3	1	2	2	3	1	2	1	2	1	3	2	1	1	2	1	1	3
193	5	4	3	4	4	5	3	3	4	5	5	3	4	3	3	4	5	4	5	3	4	4
194	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	5	3
195	2	4	3	1	3	5	3	3	3	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5
196	3	3	4	3	5	5	4	3	5	3	3	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	4
197	2	2	3	5	3	2	2	4	5	3	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5
198	3	3	2	4	3	3	3	2	3	4	2	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5

Respon den	SL 1A	SL 1B	SL 2A	SL 2B	SL 3A	SM M1 A	SM M1B	SM M2 A	SM M2B	SM M3 A	SM M4 A	PE 1A	PE 2A	PE 3A	PE 4A	PE 5A	PE 6A	PE 7A	IB 1A	IB 2A	IB 3A	IB 4A
199	4	3	2	4	4	2	3	2	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4
200	4	4	3	2	4	2	3	2	3	3	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5



## Lampiran 3. Analisis Data

### Outer Model

#### 1. Uji Validitas Konvergen

	Impulsive...	Positive E...	Shoppin...	Social Me...		Impulsive...	Positive E...	Shoppin...	Social Me...
SL1A			0.816		IB1A	0.794			
SL1B			0.824		IB2A	0.780			
SL2A			0.807		IB3A	0.802			
SL2B			0.735		IB4A	0.787			
SL3A			0.800		PE1A		0.832		
SMM1A				0.774	PE2A		0.801		
SMM1B				0.798	PE3A		0.828		
SMM2A				0.760	PE4A		0.798		
SMM2B				0.817	PE5A		0.799		
SMM3A				0.804	PE6A		0.842		
SMM4A				0.793	PE7A		0.834		

#### 2. Hasil Cronbach's Alpha, Composite Reliability, AVE

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Impulsive Buying	0.803	0.819	0.870	0.625
Positive Emotion	0.918	0.919	0.935	0.671
Shopping Lifestyle	0.856	0.857	0.897	0.635
Social Media Marketing	0.880	0.882	0.909	0.626

#### 3. Uji Validitas Diskriminan

##### - Cross Loading

	Impulsive...	Positive E...	Shoppin...	Social Me...		Impulsive...	Positive E...	Shoppin...	Social Me...
SL1A	0.594	0.686	0.816	0.734	IB1A	0.794	0.541	0.529	0.531
SL1B	0.572	0.732	0.824	0.747	IB2A	0.780	0.544	0.505	0.499
SL2A	0.638	0.671	0.807	0.725	IB3A	0.802	0.747	0.714	0.697
SL2B	0.510	0.681	0.735	0.694	IB4A	0.787	0.523	0.471	0.519
SL3A	0.548	0.731	0.800	0.744	PE1A	0.613	0.832	0.754	0.751
SMM1A	0.600	0.674	0.657	0.774	PE2A	0.625	0.801	0.679	0.693
SMM1B	0.525	0.712	0.739	0.798	PE3A	0.639	0.828	0.703	0.744
SMM2A	0.526	0.660	0.677	0.760	PE4A	0.592	0.798	0.713	0.716
SMM2B	0.581	0.749	0.773	0.817	PE5A	0.643	0.799	0.739	0.737
SMM3A	0.582	0.744	0.747	0.804	PE6A	0.651	0.842	0.716	0.764
SMM4A	0.619	0.721	0.743	0.793	PE7A	0.605	0.834	0.731	0.745

##### - Fornell-Larcker

	Impulsive...	Positive E...	Shoppin...	Social Me...
Impulsive Buying	0.791			
Positive Emotion	0.762	0.819		
Shopping Lifestyle	0.719	0.878	0.797	
Social Media Marketing	0.724	0.899	0.915	0.791

4. *Inner Model*  
 - *R Square*

	R Square	R Square ...
Impulsive Buying	0.593	0.586
Positive Emotion	0.827	0.825

5. *Uji Hipotesis*  
 - *Path Coefficients*

	Original ...	Sample ...	Standard ...	T Statistic...	P Values
Positive Emotion -> Impulsive Buying	0.528	0.515	0.132	3.990	0.000
Shopping Lifestyle -> Impulsive Buying	0.163	0.177	0.130	1.260	0.208
Shopping Lifestyle -> Positive Emotion	0.346	0.346	0.092	3.776	0.000
Social Media Marketing -> Impulsive Buying	0.101	0.102	0.150	0.671	0.503
Social Media Marketing -> Positive Emotion	0.582	0.582	0.088	6.625	0.000

- *Specific Indirect Effects*

	Original ...	Sample ...	Standard ...	T Statistic...	P Values
Shopping Lifestyle -> Positive Emotion -> Impulsive Buying	0.183	0.177	0.063	2.876	0.004
Social Media Marketing -> Positive Emotion -> Impulsive Buying	0.307	0.300	0.092	3.350	0.001

