

**PENGARUH *RETAIL SERVICE QUALITY* DAN MOTIVASI HEDONIS  
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF**

**(Studi Kasus pada Konsumen Toko Miniso Di Pakuwon Mall Surabaya)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

**EVA OKTAVIANI PUTRI**

**NPM : 19420049**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Eva Oktaviani Putri  
Npm : 19420049  
Alamat : PONDOK BENOWO INDAH BLOK HH NO 04,  
KOTA SURABAYA  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**PENGARUH *RETAIL SERVICE QUALITY* DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF (Studi Kasus pada Konsumen Toko Miniso Di Pakuwon Mall Surabaya)**" bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 31 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



**EVA OKTAVIANI PUTRI**

**19420049**

SKRIPSI

**PENGARUH *RETAIL SERVICE QUALITY* DAN MOTIVASI HEDONIS  
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF**

**(Studi Kasus pada Konsumen Toko Miniso Di Pakuwon Mall Surabaya)**


Diajukan oleh :

**EVA OKTVIANI PUTRI**

**NPM : 19420049**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Drs Ec. GIMANTO GUNAWAN , MM, M.Ak

Tanggal, 29 Desember 2022

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. KRISTININGSIH, S.E., M.Si.

Tanggal, 29 Desember 2022

SKRIPSI

PENGARUH *RETAIL SERVICE QUALITY* DAN MOTIVASI HEDONIS  
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF

(Studi Kasus pada Konsumen Toko Miniso Di Pakuwon Mall Surabaya)

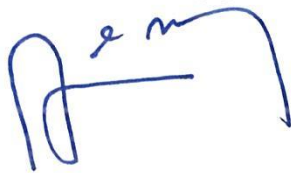
Dipersiapkan dan disusun oleh:

EVA OKTAVIANI PUTRI

NPM : 19420049

Susunan Dewan Penguji

Sekretaris Tim Penguji



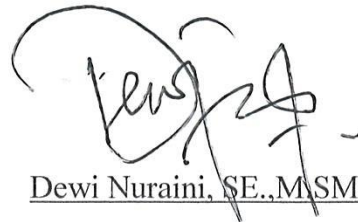
Drs Ec. Gimanto Gunawan , MM, M.Ak

Ketua Tim Penguji



Djojo Dihadjo, SE.MM.MAk

Anggota Tim Penguji



Dewi Nuraini, SE.,M.SM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal 26 Januari 2023



Dr. Kristiningsih, S.E, M.si

Ketua Program Studi

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang alhamdulillah telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *RETAIL SERVICE QUALITY* DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA TOKO MINISO DI PAKUWON MALL SURABAYA”**. Dengan melalui proses dan pengalaman yang luar biasa tidak mudah, sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1) jurusan Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan sangat berterimakasih kepada :

1. Bapak Prof. DR. H Widodo Ario K. Sp., THT – KL, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya serta Dosen Pembimbing.
3. Ibu Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Lestari, SE, MM selaku Dosen Wali yang telah banyak membantu saya memberikan arahan dan nasihat dari awal perkuliahan.

5. Kedua orang tua, Ayahanda Drs. Joni Yunanto dan Ibunda Herni serta Kakak tercinta, Rendi Aditya Hernanto yang selalu memberikan semangat serta doa dalam mengerjakan skripsi supaya cepat selesai, dan mengajarkan untuk menomorsatukan pendidikan.
6. Keluarga besar, dari ayah maupun ibu, yang telah memberikan motivasi serta doa.
7. Teman-teman manajemen A angkatan 2019, khususnya Imallah, Andina, Etha, Mahilda dan Niken partner saya bertukar pikiran yang banyak memberikan pengalaman proses menyelesaikan skripsi.

Demikian kata pengantar sebagai pembuka dari skripsi ini. Dalam skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan. Darimaka itu penulis menerima kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan penulisan. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi banyak pihak. Terimakasih.

Surabaya, 16 Desember 2022

Penulis



( EVA OKTAVIANI PUTRI)

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	vi
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAKSI .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Sistematika Penulisan .....	6
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	7
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	7
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	7
2.2 <i>Retail Service Quality</i> .....	8
2.2.1 Pengertian <i>Retail Service Quality</i> .....	8
2.2.2 Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi <i>Retail Service Quality</i> .....	8
2.2.3 Fungsi <i>Retail Service Quality</i> .....	10
2.2.4 Indikator <i>Retail Service Quality</i> .....	10
2.3 Motivasi Hedonis .....	11
2.3.1 Pengertian Motivasi Hedonis .....	11

2.3.2	Tipe Motivasi Belanja Konsumen .....	11
2.3.3	Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Hedonis ....	12
2.3.4	Indikator Motivasi Hedonis .....	13
2.4	Pembelian Implusif .....	14
2.4.1	Pengertian Pembelian Implusif .....	14
2.4.2	Tipe Pembelian Implusif .....	14
2.4.3	Karakteristik Pembelian Implusif .....	15
2.4.4	Indikator Pembelian Implusif .....	15
2.5	Hubungan Antar Variabel .....	17
2.5.1	Hubungan Retail Service Quality Terhadap Pembelian Impulsif .....	17
2.5.2	Hubungan Motivasi Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif .....	17
2.6	Penelitian Terdahulu .....	18
2.7	Hipotesis dan Model Analisis .....	19
2.7.1	Hipotesis .....	19
2.7.2	Model Analisis .....	20
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1	Pendekatan Penelitian .....	21
3.2	Populasi dan Sampel .....	21
3.2.1	Populasi .....	21
3.2.2	Sampel .....	22
3.3	Identifikasi Variabel .....	22
3.4	Definisi Operasional Variabel .....	23
3.4.1	<i>Retail Service Quality</i> ( $X_1$ ) .....	24
3.4.2	Motivasi Hedonis ( $X_2$ ) .....	26
3.4.3	Pembelian Implusif ( $Y$ ) .....	28
3.5	Jenis dan Sumber Data .....	32
3.5.1	Jenis Data .....	32
3.5.2	Sumber Data .....	33
3.6	Prosedur Pengumpulan Data .....	33



3.7 Teknik Analisa Data .....	34
3.7.1 Uji Instrumen .....	35
3.7.1.1 Uji Validitas .....	35
3.7.1.2 Uji Reliabilitas .....	35
3.7.2 Uji Model .....	35
3.7.3 Uji Hipotesis .....	36
3.7.3.1 Uji T .....	36
3.7.3.2 Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1 Gambaran Umum Miniso .....	38
4.1.1 Profil Singkat Miniso .....	38
4.1.2 Visi dan Misi Niceso .....	38
4.1.2.1 Visi Niceso .....	38
4.1.2.2 Misi Niceso .....	39
4.1.3 Perkembangan Usaha Miniso.....	39
4.2 Karakteristik Responden .....	39
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis kelamin .....	39
4.2.2 Responden Berdasarkan Program Umur .....	40
4.2.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pembelian.....	41
4.3 Analisa Deskriptif .....	41
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Retail Service Quality</i> ( $X_1$ ) .....	42
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Motivasi Hedonis ( $X_2$ ) .....	43
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pembelian Implusif ( $Y$ ) .....	44
4.4 Hasil Analisis Data .....	46
4.4.1 Uji Instrumen .....	46
4.4.1.1 Uji Validitas .....	46
4.4.1.2 Uji Reliabilitas .....	49
4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	49

4.4.3 Uji Hipotesis .....	50
4.4.3.1 Uji t .....	50
4.4.3.2 Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	53
4.5 Pembahasan .....	54
4.5.1 Pengaruh <i>Retail Service Quality</i> Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Miniso .....	54
4.5.2 Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Miniso .....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	58
5.1 Kesimpulan .....	58
5.2 Saran .....	58
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	59
DAFTAR PUSTAKA .....	60
LAMPIRAN .....	61

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Berdasarkan Gender .....	40
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur .....	40
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Berdasarkan Tingkat Pembelian .....	41
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Retail Service Quality ( $X_1$ ) .....	42
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Motivasi Hedonis ( $X_2$ ) ...	43
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pembelian Implusif ( $Y$ ) .....	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas .....	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas .....	49
Tabel 4.9 Hasil Analisis Linear Berganda .....	49
Tabel 4.10 Hasil Analisis Uji t .....	51
Tabel 4.11 Nilai Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis .....	20
Gambar 4.1 Kurva Uji t Pengaruh <i>Retail Service Quality</i> (X1) Terhadap Pembelian Impulsif (Y) .....	51
Gambar 4.2 Kurva Uji T Pengaruh Motivasi Hedonis (X <sub>2</sub> ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner .....	61
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	70
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	77
Lampiran 4 Analisis Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	87
Lampiran 5 Tabel Pengujian Nilai F .....	90
Lampiran 6 Tabel Pengujian Nilai t .....	94

## ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul Pengaruh *Retail Service Quality* dan Motivasi Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Miniso. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Retail Service Quality* dan Motivasi Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif. Populasi pada penelitian ini adalah Konsumen Miniso. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 50 konsumen yang diambil dengan metode purposive sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS versi 20.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *Retail Service Quality* dan Motivasi Hedonis berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Impulsif. Dengan nilai adjusted R Square yang dihasilkan sebesar 0,334 yang menunjukkan bahwa sebesar 33,4% variabel *Retail Service Quality* dan Motivasi Hedonis memiliki pengaruh terhadap pembelian impulsif.

Kata kunci : *Retail Service Quality*, Motivasi Hedonis, Pembelian Impulsif

## **ABSTRACTION**

*This study entitled *The Effect of Retail Service Quality and Hedonic Motivations on Impulse Buying for Miniso*. The purpose of this study was to examine and analyze the effect of *Retail Service Quality and Hedonic Motivations on Impulse Buying for Miniso*. The population in this study are *Consumer Miniso*. The sample used in this study amounted to 50 consumers who were taken by purposive sampling method, namely sampling based on certain criteria. The analytical technique used in this study is multiple linear regression using the SPSS version 20 program.*

*Based on the results of the t test, it shows that the variables of *Retail Service Quality and Hedonic Motivations* have a significant effect on *Impulse Buying*. With the resulting adjusted R Square value of 0,334 which indicates that 33,4% of the variables of *Retail Service Quality and Hedonic Motivations* have an influence on *Impulse Buying*.*

*Keywords: *Retail Service Quality, Hedonic Motivations, Impulse Buyin**







