

PENGARUH MOTIVASI HEDONIS, CITRA MEREK DAN PROMO DISKON

**TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF
(Studi Pada Konsumen Uniqlo Surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh :

VANIA KARIMAH

NPM : 18 420 086

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

2022

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vania Karimah

NPM : 18420086

Alamat : Kauman Asri 1, Surabaya

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “ **Pengaruh Motivasi Hedonis, Citra merek dan promo diskon terhadap pembelian impulsif (studi pada konsumen uniqlo 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, 3 Maret 2022

Yang membuat pernyataan


(Vania Karimah)

NPM : 18420086

SKRIPSI

PENGARUH MOTIVASI HEDONIS, CITRA MEREK DAN PROMO DISKON
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF

(Studi Pada Konsumen Uniqlo Surabaya)

Diajukan oleh:

VANIA KARIMAH

18420086

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING

ATTY ERDIANA, SE, M.Ak.

Tanggal, 12 Januari 2022

KETUA PROGRAM STUDI

Dr. KRISTININGSIH, SE, M.Si.

Tanggal, 12 Januari 2022

Skripsi

**PENGARUH MOTIVASI HEDONIS, CITRA MEREK DAN PROMO DISKON
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF**

(Studi Pada Konsumen Uniqlo Surabaya)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

VANIA KARIMAH

NPM: 18420086

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Atty Erdiana, SE., M.Ak.

Anggota Dewan Penguji lain



Ni Ketut Yulia Agustin, SE., MM.



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal 2-2-2022



Dr. KRISTININGSIH, SE., M.Si.

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala berkah dan rahmatNya sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu penulisan dengan judul, “Pengaruh Motivasi Hedonis, Citra Merek dan Promo Diskon Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pada Konsumen Uniqlo Surabaya)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat Sarjana S1 program studi Manajemen.

Disadari bahwa dalam proses penulisan ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerja sama, dan doa dari berbagai pihak, maka kendala-kendala yang dihadapi dapat teratasi. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. THT-KL (K), FICS. 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.
3. Ibu Dr. Kristiningsih, SE.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan bermanfaat pada saat menimba ilmu.
4. Ibu Atty Erdiana, SE.M.Ak. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga dalam membimbing, memberi kemudahan,

pengarahan, semangat dan saran-saran dengan penuh kesabaran selama penulisan skripsi ini.

5. Bapak Hendra Prasetya, M.Ak. selaku dosen wali yang telah memberikan pengarahan selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya jurusan Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan bermanfaat pada saat menimba ilmu.
7. Kedua orang tua tercinta dan kakak Billah yang telah memberikan kasih sayang disertai dukungan semangat serta kebutuhan selama menimba ilmu.
8. Teman-teman seperjuangan dosen pembimbing Ariska dan Faiza yang telah memberikan semangat dan motivasi selama proses penyelesaian skripsi. Serta teman-teman tersayang Oci, Bela dan yang lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis berharap agar hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai pembelian impulsif di Uniqlo. Walaupun telah berusaha dengan segala kemampuan yang ada, akan tetapi disadari bahwa masih banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam naskah ini.

Surabaya, 12 Januari 2022

Vania Karimah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	2
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Sistematika Penulisan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.

- 2.1 Landasan Teori **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.1 Pengertian Pemasaran **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.2 Manajemen Pemasaran..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.3 Bauran Pemasaran Penjualan Eceran **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.4 Perilaku Konsumen **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.5 Retail **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.6 Motivasi Hedonis **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.7 Citra Merek **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.8 Promo Diskon **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.9 Pembelian Impulsif **Error! Bookmark not defined.**
- 2.2 Penelitian Sebelumnya **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.2.1 Hubungan Motivasi Hedonis terhadap Pembelian Impulsif**Error! Bookmark not defined.**
 - 2.2.2 Hubungan citra merek terhadap pembelian impulsif . **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.2.3 Hubungan promo diskon terhadap pembelian impulsif**Error! Bookmark not defined.**
- 2.3 Hipotesis dan Model analisis..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.3.1 Hipotesis **Error! Bookmark not defined.**

2.3.2 Model Analisis	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
3.1 Pendekatan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3 Identifikasi Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.4 Definisi Operasional.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.7 Teknik Analisis.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.1. Uji Instrumen	Error! Bookmark not defined.
3.7.2 Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.7.3 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Sejarah Uniqlo	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Visi Misi Uniqlo	Error! Bookmark not defined.

- 4.2 Hasil Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.... **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia. **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.3 Deskripsi Variabel Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.4 Analisis Data **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.1 Uji Validitas **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.2 Uji Reliabilitas **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.3 Uji Model **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.3.1 Uji Regresi Linier Berganda **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.4 Uji Hipotesis **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.4.1 Uji t **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.5 Pembahasan **Error! Bookmark not defined.**

4.5.1	Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian Impulsif	
	Error! Bookmark not defined.	
4.5.2	Pengaruh Citra Merk terhadap Pembelian Impulsif...	Error! Bookmark not defined.
4.5.3	Pengaruh Promo Diskon terhadap Pembelian Impulsif	Error! Bookmark not defined.
BAB V.....		Error! Bookmark not defined.
5.1	Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2	Saran.....	Error! Bookmark not defined.
5.3	Keterbatasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil-hasil penelitian sebelumnya	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1 Skala Likert	48
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	56
Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir Responden	57
Tabel 4. 4 Kategori Jawaban Responden	58
Tabel 4. 5 Hasil Jawaban Responden Variabel Motivasi Hedonis	59
Tabel 4. 6 Hasil Jawaban Responden Variabel Citra Merk	61
Tabel 4. 7 Hasil Jawaban Responden Variabel Promo Diskon.....	62
Tabel 4. 8 Hasil Jawaban Responden Variabel Pembelian Impulsif	63
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	65

Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Berganda	68
Tabel 4. 12 Hasil Uji T.....	71
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Analisis	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 1 Logo Uniqlo	52
Gambar 4. 2 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Pembelian Pembelian Impulsif	73
Gambar 4. 3 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Citra Merk Terhadap Pembelian Impulsif	74
Gambar 4. 4 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Diskon Terhadap Pembelian Impulsif	75

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER **Error! Bookmark not defined.**

LAMPIRAN 2 HASIL OLAH DATA DAN TABULASI **Error! Bookmark not defined.**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1). Mengetahui pengaruh positif dan signifikan motivasi hedonis terhadap pembelian impulsif (studi pada konsumen Uniqlo Surabaya). 2). Mengetahui pengaruh positif dan signifikan Citra Merek terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pada Konsumen Uniqlo Surabaya). 3). Mengetahui pengaruh positif dan signifikan Promo Diskon terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pada Konsumen Uniqlo Surabaya). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Motivasi Hedonis, Citra Merek dan Promo Diskon, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Pembelian Impulsif. Penentuan sampel yaitu menggunakan metode Probability Sampling dengan teknik Purposive Sampling, dengan kriteria responden yang telah berumur 17 tahun atau lebih dan pernah membeli produk fashion merek Uniqlo dalam kurun waktu 1 tahun terakhir. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis untuk uji hipotesis yaitu menggunakan Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Motivasi Hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Impulsif, Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, dan Promo Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Impulsif.

Kata kunci: Motivasi Hedonis, Citra Merek, Promo Diskon, Pembelian Impulsif.

ABSTRACT

This study aims to 1). Knowing the positive and significant effect of hedonic motivation on impulse buying (study on Uniqlo Surabaya consumers). 2). Knowing the positive and significant influence of Brand Image on Impulsive Purchases (Study on Consumers of Uniqlo Surabaya. 3). Knowing the positive and significant effect of Discount Promos on Impulsive Purchases (Study on Consumers of Uniqlo Surabaya). The independent variables in this study are Hedonic Motivation, Brand Image and Discount Promos, while the dependent variable in this study is Impulsive Purchases. Determination of the sample is using the Probability Sampling method with the Purposive Sampling technique, with the criteria of respondents who are 17 years old or older and have bought Uniqlo brand fashion products within the last 1 year. The number of samples is 100 respondents. The analysis technique for testing the hypothesis is using Multiple Linear Regression. The results showed that Hedonic Motivation had a positive and significant effect on Impulsive Purchases, Brand Image had a positive and significant effect on impulsive buying, and Promo Discounts had a positive and significant effect on Impulsive Purchases.

Keywords: Hedonic Motivation, Brand Image, Discount Promotion, Impulsive Purchase.

