

**ANALISIS PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN FASHION
INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING DI MATAHARI
DEPARTMENT STORE TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

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



Diajukan oleh :

ALVIAN BAGUS PRASETYO

NPM : 13420034

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

2018

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alvian Bagus Prasetyo

Alamat : Kembang Kuning Mulyo Gang 3 No. 12, Surabaya – Jawa Timur

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul

ANALISIS PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN FASHION

INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING DI MATAHARI

DEPARTMENT STORE TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Surabaya, 11 Juli 2018

Yang membuat pernyataan



(ALVIAN BAGUS PRASETYO)

NPM: 13420034

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN FASHION
INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING DI MATAHARI
DEPARTMENT STORE TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

Diajukan oleh :

ALVIAN BAGUS PRASETYO

NPM : 13420034

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Wiwik Herawati, SE,MM

Tanggal, 11 Juli 2018

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Siti Djamilah, SE,M.Si

Tanggal, 11 Juli 2018

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN FASHION
INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING DI MATAHARI
DEPARTMENT STORE TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Dipersiapkan dan disusun oleh :

ALVIAN BAGUS PRASETYO

NPM : 13420034

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

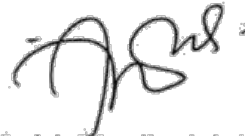


Wiwik Herawati, SE,MM

Anggota Dewan Penguji Lain



Lestari, SE,MM



Dwi Indah Mustikorini, SE,MM

Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjanah Manajemen

Tanggal, 11 Juli 2018



Dr. Siti Djamilah, SE,M.Si

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji syukur ‘Alhamdulillah’ peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatnya maupun kasih sayangnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini dengan tepat waktu. Skripsi ini disusun dan disajikan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna meraih gelar Strata I pada Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Adapun judul skripsi ini adalah **“ANALISIS PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN FASHION INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING DI MATAHARI DEPARTMENT STORE TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA”**

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Sehubungan dengan itu, maka pada kesempatan ini peneliti dengan perasaan tulus serta syukur guna menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji, dr., Sp. THT-KL (k), selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Iman Karyadi, Ak, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Siti Djamilah, SE,M,Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Ibu Wiwik Herawati, SE,MM selaku Dosen Pembimbing dengan sabar dan ikhlas memberikan arahan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi mulai awal hingga akhir.
5. Bapak Drs. Ec. Gimanto G, MM,M.Ak selaku Wali Dosen yang senantiasa memberikan motivasi guna penyelesaian tugas akhir studi di Fakultas Ekonomi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi yang senantiasa memberikan ilmu serta bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Seluruh staff Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membantu kelancaran administrasi program penyusunan skripsi.
8. Ucapan terima kasih yang tiada batas, wajib penulis sampaikan untuk Bapak Budiono sebagai orang tua. Berkat doa dan kasih sayangnya yang selalu membangkitkan semangat dan harapan si penulis.
9. Untuk semua adik penulis Aryok, Apri, dan Dito terima kasih atas dukungannya selama ini dan terima kasih banyak atas doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Ucapan paling spesial untuk kekasih penulis Veronica Dinar Ratu Mega Mustika, atas seluruh bantuannya dalam mengerjakan skripsi ini yang selalu memberi dorongan dan menyemangati penulis sehingga skripsi ini selesai.
11. Ucapan terima kasih juga penulis ucapkan untuk rekan-rekan yang tidak bisa penulis tuliskan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, dikarenakan adanya keterbatasan waktu, tenaga dan pikiran dalam menyusun skripsi ini. Dimana kesempurnaan hanya milik Allah SWT semata. Namun demikian dengan segala kerendahan hati peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan yang membacanya. Akhir kata, peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran-saran yang sifatnya membangun dari rekan-rekan yang lain.

Surabaya, 11 Juli 2018

Penulis



ALVIAN BAGUS PRASETYO

ABSTRAKSI

Kemajuan teknologi akhir-akhir ini telah memicu selera masyarakat makin bervariasi, sedangkan dari sisi pedagang terutama yang memiliki modal besar melakukan perubahan metode atau cara dalam memasarkan produknya. Saat ini kecenderungan yang terjadi adalah menawarkan cara berbelanja yang modern kepada konsumen, ini terutama dilakukan oleh pedagang ritel (kebutuhan rumah tangga umumnya dijual secara ritel). Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode survey kuesioner terstruktur yang diberikan kepada sampel dari sebuah populasi dan didesain untuk memperoleh informasi spesifik dari responden, dimana dalam penelitian ini akan dititik beratkan pada pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistik untuk melakukan pengujian (Inferensial Statistik). Variabel *shopping lifestyle* (X_1) dan *fashion involvement* (X_2) serta *impulse buying* (Y) diperoleh nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$. Dengan demikian, maka hasil uji reabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliabel.. Dari uji F diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *shopping lifestyle* (X_1) dan *fashion involvement* (X_2) berpengaruh secara bersama-sama terhadap *impulse buying* (Y). Dari uji t diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikan $< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *shopping lifestyle* (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap *impulse buying* (Y). Hasil pengujian nilai *standardized coefficients beta* dari variabel *fashion involvement* (X_2) sebesar 0,478 yang lebih besar dari nilai *standardized coefficients beta* variabel *shopping lifestyle* (X_1) sebesar 0,367. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “Diantara *shopping lifestyle* dan variabel *fashion involvement* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pada konsumen *fashion* Matahari *Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya adalah *fashion involvement*” terbukti kebenarannya.

Kata Kunci: *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, dan Impulse Buying.*

ABSTRACT

Technological advances lately have triggered the taste of society more varied, while from the side of traders, especially those who have large capital change the method or way in marketing their products. Currently the trend is to offer a modern way of shopping to consumers, this is mainly done by retail traders (household needs are generally sold in retail). This research approach uses quantitative method with structured questionnaire survey method which is given to sample from a population and designed to get specific information from respondent, which in this research will be focused on hypothesis testing by using statistical tool to perform testing (Inferensial Statistik). variable shopping lifestyle (X_1) and fashion involvement (X_2) and impulse buying (Y) obtained Cronbach Alpha value > 0.6 . Thus, the result of reliability test of all variables is reliable. From F test known that F count $> F$ table and significance level $< 0,05$ so it can be concluded that variable of shopping lifestyle (X_1) and fashion involvement (X_2) influence together equal to impulse buying (Y). From t test known that t count value $> t$ table and significant level $< 0,05$. It can be concluded that the variable of shopping lifestyle (X_1) partially influence to impulse buying (Y). The test result of standardized coefficients beta value of fashion involvement (X_2) variable is 0,478 which is bigger than standardized coefficients beta variable of shopping lifestyle (X_1) equal to 0.367. Thus it can be concluded that the second hypothesis states that "Among the shopping lifestyle and fashion involvement variables have a significant effect on the impulse buying on the fashion consumer Matahari Department Store Tunjungan Plaza Surabaya is a fashion involvement" proved true.

Keywords: *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, and Impulse Buying.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
 BAB II TELAAH PUSTAKA	 8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Definisi Ritel	8
2.1.2 Karakteristik Ritel	8
2.1.3 Jenis <i>Retailing</i>	9
2.2 Pengertian Perilaku Konsumen	12
2.2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	13
2.3 <i>Shopping Lifestyle</i>	17
2.3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup	19
2.4 <i>Fashion Involvement</i>	20
2.5 Pembelian Impulsif (<i>Impulse Buying</i>)	24
2.5.1 Elemen <i>Impulse Buying</i>	25
2.5.2 Karakteristik <i>Impulse Buying</i>	26
2.5.3 Tipe-Tipe <i>Impulse Buying</i>	26
2.5.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Impulse Buying</i>	27
2.6 Hubungan Antar Konsep <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse</i> <i>Buying</i>	28
2.7 Hubungan Antar Konsep <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse</i> <i>Buying</i>	29
2.8 Penelitian Sebelumnya	30

2.9 Hipotesis	33
2.9.1 Hipotesis	33
2.9.2 Hipotesis	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Pendekatan Penelitian	35
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.2.1 Populasi	35
3.2.2 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	36
3.2.3 Tahap-Tahap Pengambilan Sampel	37
3.3 Identifikasi Variabel	38
3.4 Definisi Operasional	38
3.5 Jenis Data dan Sumber Data	41
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	42
3.7 Teknik Analisa Data	43
3.7.1 Uji Instrumen Data	43
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.7.3 Koefisien determinasi berganda (R^2)	45
3.7.4 Uji Hipotesis	45
3.7.4.1 Hipotesis	45
3.7.4.1.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	46
3.7.4.1.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji T)	46
3.7.4.2 Uji Dominan	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Subyek Penelitian	47
4.1.1 Subyek Penelitian	47
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	50
4.2 Analisis Hasil Penelitian	50
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	52
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	54
4.3 Deskripsi Terkait Variabel Penelitian	55
4.4 Pengkategorian Interval Kelas Masing-Masing Variabel Penelitian	55
4.4.1 Deskripsi Variabel <i>Shopping Lifestyle</i>	56
4.4.2 Deskripsi Variabel <i>Fashion Involvement</i>	60
4.4.3 Deskripsi Variabel <i>Impulse Buying</i>	63
4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	65
4.5.1 Hasil Uji Validitas	65

4.5.1.1 Hasil Pengujian Validitas <i>Shopping Lifestyle</i> (X_1) ..	66
4.5.1.2 Hasil Pengujian Validitas <i>Fashion Involvement</i> (X_2)	67
4.5.1.3 Hasil Pengujian Validitas <i>Impulse Buying</i> (Y)	68
4.5.2 Hasil Uji Reliabilitas	68
4.6 Analisis Model dan Uji Hipotesis	69
4.6.1 Uji Regresi Linier Berganda	69
4.6.1.1 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	71
4.7 Uji Hipotesis	71
4.7.1 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	71
4.7.2 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)	73
4.7.3 Hasil Uji Dominan	75
4.8 Pembahasan	76
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN BATASAN RUANG LINGKUP	
PENELITIAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	80
5.3 Keterbatasan Ruang Lingkup Penelitian	81
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	: Model Analisis	30
Tabel 4.1	: Karakteristik Jenis Kelamin Responden	53
Tabel 4.2	: Karakteristik Usia Responden	52
Tabel 4.3	: Karakteristik Pekerjaan Responden	53
Tabel 4.4	: Karakteristik Penghasilan Responden	54
Tabel 4.5	: Interval Kelas	56
Tabel 4.6	: Jawaban Responden Mengenai <i>Shopping Lifestyle</i> (X ₁)	56
Tabel 4.7	: Jawaban Responden Mengenai <i>Fashion Involvement</i> (X ₂) ..	60
Tabel 4.8	: Jawaban Responden Mengenai <i>Impulse Buying</i> (Y)	63
Tabel 4.9	: Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> (X ₁)	66
Tabel 4.10	: Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Fashion Involvement</i> (X ₂)	67
Tabel 4.11	: Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y)	68
Tabel 4.12	: Hasil Pengujian Reliabilitas	69
Tabel 4.13	: Koefisien Determinasi <i>R</i> dan <i>Adjusted R Square</i>	71
Tabel 4.14	: Hasil Analisis Uji F	72
Tabel 4.15	: Hasil Analisis Uji t	73
Tabel 4.16	: Nilai <i>Standardized Coefficients Beta</i>	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Model Analisis	34
Gambar 4.1	: Kurva Distribusi F	72
Gambar 4.2	: Kurva Distribusi Uji T Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> (X_1) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y)	74
Gambar 4.3	: Kurva Distribusi Uji T Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> (X_2) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y)	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner
Lampiran 2	Input SPSS
Lampiran 3	Output SPSS
Lampiran 4	Tabel F
Lampiran 5	Tabel T