

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVES* DAN
SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP *IMPULSE BUYING*
PRODUK *FASHION* PENGUNJUNG MALL
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN *FASHION* JAKARTA)**

TUGAS AKHIR



NANI SEPTRIYANA

1151001120

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVES* DAN
SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP *IMPULSE BUYING*
PRODUK *FASHION* PENGUNJUNG MALL
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN *FASHION* JAKARTA)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk melaksanakan Tugas Akhir
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Bakrie**



NANI SEPTRIYANA

1151001120

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Nani Septriyana

NIM : 1151001120

Tanda Tangan : 

Tanggal : 14 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Nani Septriyana
NIM : 1151001120
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh *hedonic shopping motives* dan *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* produk *fashion* pengunjung mall

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Arief B. Suharko , Ph.D

Penguji I : Dominica Arni Widyastuti, S.E., M.M.

Penguji II : B.P Kusumo Bintoro, Ir., MBA, Dr.

()
()
()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 14 Agustus 2019

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Arief B. Suharko ,B.S.E.E.,M.S.E.E.,Ph.D., C.P.I.M, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih banyak atas bantuan Bapak selama pekerjaan Tugas Akhir ini, Terima kasih juga atas segala saran yang telah diberikan Bapak kepada saya, dan mohon maaf jika selama proses bimbingan saya banyak melakukan kesalahan.
2. Ibu Dominica Arni Widyastuti, S.E., M.M selaku dewan pembahas dan penguji. Terima kasih banyak atas waktunya serta segala saran yang telah Ibu berikan kepada saya baik itu untuk perbaikan penulisan tugas akhir ini maupun bagi perbaikan diri saya kedepannya
3. Bapak B.P Kusumo Bintoro, Ir., MBA, Dr selaku penguji saya. Terima kasih banyak atas waktu serta segala saran yang telah Bapak berikan kepada saya baik untuk perbaikan penulisan tugas akhir ini maupun bagi perbaikan diri saya kedepannya.
4. Kedua orang tua saya yang tercinta. Ayah dan Ibu, terima kasih banyak atas segala dukungan, doa serta jasa-jasa Ayah dan Ibu yang tidak akan pernah cukup untuk membalas segala jasa-jasa kalian. Terima kasih sudah menjadi penyemangat yang tidak pernah lelah untuk memberikan dukungan dan doa disaat anaknya mulai mengeluh dan

hampir menyerah. Terima kasih telah menjadi panutan, dan sahabat terbaik di dunia. Saya persembahkan gelar Sarjana ini untuk Ayah dan Ibu.

5. Kakak-kakak dan abang saya, terimakasih banyak sudah memberikan dukungan dan doa serta penghibur di saat lelah dengan pengerjaan skripsi ini.
6. Faisal Fariz, Tiara, Dea, Cheren, Arin, Wulan, Safiko, Syifa, Maryam, Siti Nur Aisyah, Amel, Roby, Rama, Ridwan, Ashary, Firly, Vina, Indah, selaku teman seperjuangan yang senantiasa berjuang melawan rasa malas untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Asih almaolana, Yani Kartika, Icha Hannani, Aisyah, Neny Basaroh, Rili Anjani, Dea Ulhaq yang selalu memberikan semangat dan mendukung penulis dalam melakukan penelitian serta menghibur penulis dikala lelah menyusun skripsi ini.
8. Teman kosan biru, Tiara, Shila, Suriani, Kak Lili, Kak Pevi terima kasih untuk terus menyemangati setiap hari dalam setiap langkah pengerjaan Tugas Akhir ini.
9. Sahabat di Singkawang, Dara Novalia, Lola Lasari, Ghina Gesalia, Anisah Alrasyiidah, Benny Susilo, Sinta Ramona sari, Vinta Rameyti, Irine Puji Lestari, Poppy Iga Mauludiana yang senantiasa menyemangati dan mendukung penulis.
10. Himpunan Mahasiswa Manajemen 2016/2017 terimakasih atas dukungannya kepada penulis
11. Teman-teman Wardah Beauty Ambassador Batch 4, terimakasih telah mendukung, menyemangati serta mendoakan penulis.
12. Seluruh teman-teman Manajemen Universitas Bakrie 2015, terimakasih telah berbagi ilmu, kebahagiaan, kesedihan dan warnawarni kehidupan saat menjalani masa perkuliahan.
13. Serta teman-teman Universitas Bakrie yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 14 Agustus 2019



Nani Septriya

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nani Septriyana
NIM : 1151001120
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Kuantitatif

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie, **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVES* DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PRODUK *FASHION* PENGUNJUNG MALL

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 14 Agustus 2019

Yang Menyatakan,



Nani Septriyana

1151001120

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVES* DAN
SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP *IMPULSE BUYING*
PRODUK *FASHION* PENGUNJUNG MALL
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN *FASHION* JAKARTA)**

Nani Septriyana¹

ABSTRAK

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Hedonic Shopping motives* dan *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying*. Penelitian ini dilakukan di Jakarta dengan sampel sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen *fashion* di Jakarta yang diambil melalui teknik *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui *Hedonic Shopping motives* dan *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying*. pengolahan data ini menggunakan SPSS Versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Hedonic Shopping motives* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan diuji secara parsial terhadap *impulse buying* sedangkan *shopping lifestyle* berpengaruh secara positif dan signifikan *impulse buying*. Namun jika diuji secara bersama-sama kedua variabel yaitu *Hedonic Shopping motives* dan *shopping lifestyle* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *impulse buying* konsumen pengunjung mall.

Kata kunci : *Hedonic Shopping motives, shopping lifestyle, impulse buying*

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVES* DAN
SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP *IMPULSE BUYING*
PRODUK *FASHION* PENGUNJUNG MALL
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN *FASHION* JAKARTA)**

Nani Septriyana²

ABSTRACT

This type of research is a quantitative study aimed to determine the effect of Hedonic Shopping motives and shopping lifestyle on impulse buying. This research was conducted in Jakarta with a sample of 100 respondents who are fashion consumers in Jakarta taken through purposive sampling technique. The data analysis method uses multiple linear regression to determine the Hedonic Shopping motives and shopping lifestyle for impulse buying. This data processing uses SPSS Version 20. The results of this study indicate that Hedonic Shopping motives have no positive and significant effect on being partially tested on impulse buying while shopping lifestyle has a positive and significant effect on impulse buying. However, if tested together the two variables namely Hedonic Shopping motives and shopping lifestyle have a significant effect on impulse buying for mall visitors.

Keywords: *Hedonic Shopping motives, shopping lifestyle, impulse buying*

²Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| TUGAS AKHIR..... | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR..... | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... | viii |
| ABSTRAK | ix |
| ABSTRACT..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR TABEL..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvi |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 9 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis | 9 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 9 |
| BAB II..... | 10 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1 Perilaku Konsumen | 10 |
| 2.2 <i>Hedonic Shopping motives</i> | 10 |
| 2.2.1 Dimensi <i>Hedonic Shopping motives</i> | 11 |
| 2.3 <i>Shopping lifestyle</i> | 12 |
| 2.3.1 Dimensi <i>Shopping lifestyle</i> | 13 |
| 2.4 <i>Impulse buying</i> | 14 |
| 2.4.1 Tipe pembelian Impulsif..... | 14 |
| 2.5 Hubungan <i>Hedonic Shopping motives</i> dan <i>Shopping lifestyle</i> terhadap <i>Impulse buying</i> | 15 |
| 2.6 Penelitian Terdahulu..... | 16 |

| | |
|---|----|
| 2.7 Kerangka Pemikiran | 20 |
| 2.8 Hipotesis | 20 |
| BAB III | 22 |
| METODE PENELITIAN | 22 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 22 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 22 |
| 3.2.1 Populasi..... | 22 |
| 3.2.2 Sampel..... | 23 |
| 3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel..... | 24 |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data | 24 |
| 3.3.1 Data Primer | 24 |
| 3.3.2 Data Sekunder | 24 |
| 3.4 Variabel Penelitian dan Alat Ukur | 25 |
| 3.4.1 Variabel Penelitian..... | 25 |
| 3.4.2 Operasionalisasi Variabel..... | 25 |
| 3.5 Uji Instrumen Penelitian..... | 28 |
| 3.5.1 Uji Validitas | 28 |
| 3.5.2 Uji Reabilitas..... | 28 |
| 3.5.3 Uji Normalitas | 29 |
| 3.5.4 Uji Multikolineartisitas | 29 |
| 3.5.5 Uji Heteroskedastisitas..... | 30 |
| 3.6 Teknik Analisis..... | 30 |
| 3.6.1 Regresi Linier Berganda | 30 |
| 3.6.2 Koefisien Determinasi (R^2) | 31 |
| 3.6.3 Uji Parsial (T)..... | 32 |
| 3.6.4 Uji Simultan (F) | 32 |
| BAB IV | 33 |
| PEMBAHASAN | 33 |
| 4.1 Karakteristik Responden | 33 |
| 4.2 Analisis Pre-Test Kuesioner | 35 |
| 4.3 Uji Statistik..... | 38 |
| 4.3.1 Uji Validitas | 38 |

| | |
|--|----|
| 4.3.2 Uji Reliabilitas | 40 |
| 4.3.3 Uji Normalitas..... | 41 |
| 4.3.4 Uji Multikolinearitas..... | 42 |
| 4.3.5 Uji Heteroskedastissitas | 43 |
| 4.4 Pengujian Hipotesis | 44 |
| 4.4.1 Regresi Linear Berganda | 44 |
| 4.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)..... | 46 |
| 4.4.3 Uji Parsial (T) | 46 |
| 4.4.4 Uji Parsial (F)..... | 48 |
| 4.5 Pembahasan | 48 |
| BAB V..... | 52 |
| KESIMPULAN DAN SARAN..... | 52 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 52 |
| 5.2 Saran | 53 |
| DAFTAR PUSTAKA | 54 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Pengelompokan Generasi..... | 4 |
| Gambar 1. 2 Komposisi Penduduk Menurut Generasi (persen) 2017 | 5 |
| Gambar 1. 3 Generasi Millennial Menurut Tempat | 5 |
| Gambar 1. 4 Distribusi Kelas Menengah Indonesia 2016..... | 6 |
| Gambar 2. 1 Aliran Proses Motivasi | 11 |
| Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran | 20 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Dimensi Gaya Hidup..... | 13 |
| Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu | 16 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden | 33 |
| Tabel 4. 2 Uji Validitas dan Reliabilitas 30 Responden | 36 |
| Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas 100 Responden | 38 |
| Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas 100 Responden | 40 |
| Tabel 4. 5 Hasil Uji One Sample Kolmogrov Smirnov | 42 |
| Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas..... | 43 |
| Tabel 4. 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... | 45 |
| Tabel 4. 8 Hasil Analisis Determinasi | 46 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji T..... | 47 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji F..... | 48 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... | 58 |
| Lampiran 2 Karakteristik Responden..... | 62 |
| Lampiran 3 Validitas 100 Responden..... | 64 |
| Lampiran 4 Reliabilitas 100 Responden..... | 67 |
| Lampiran 5 Uji Normalitas..... | 68 |
| Lampiran 6 Uji Multikolinearitas..... | 69 |
| Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas..... | 69 |
| Lampiran 8 Analisis Linear Berganda..... | 70 |