

**PENGARUH CITRA MEREK, *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*, DAN
FASHION INVOLVEMENT TERHADAP
IMPULSE BUYING
(Studi Empiris pada Matahari Dept. Store Tunjungan Plaza Surabaya)**



Oleh :

**RIZZA DWI STYADI
NPM : 13.1.02.08656**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
(STIESIA) SURABAYA
2018**

**PENGARUH CITRA MEREK, *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*, DAN
FASHION INVOLVEMENT TERHADAP
IMPULSE BUYING
(Studi Empiris pada Matahari Dept. Store Tunjungan Plaza Surabaya)**



Oleh :

RIZZA DWI STYADI
NPM : 13.1.02.08656

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
(STIESIA) SURABAYA
2018**

**PENGARUH CITRA MEREK, *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*, DAN
FASHION INVOLVEMENT TERHADAP
*IMPULSE BUYING***

(Studi Empiris pada Matahari Dept. Store Tunjungan Plaza Surabaya)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran



Oleh :

RIZZA DWI STYADI

NPM : 13.1.02.08656

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
(STIESIA) SURABAYA**

2018

**PENGARUH CITRA MEREK, *HEDONIC SHOPPING*
MOTIVATION, DAN *FASHION INVOLVEMENT*
TERHADAP *IMPULSE BUYING***

(Studi Empiris pada Matahari Dept. Store Tunjungan Plaza Surabaya)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

RIZZA DWI STYADI
NPM : 13.1.02.08656

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal 29 September 2018

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Hendri Soekotjo, S.E., M.M.
Anggota : 1. Dr. Dewi Urip Wahyuni, S.Pd., S.E., M.M.
2. Dra. Ec. Sasi Agustin, M.M Si.


Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh :

Dosen Pembimbing


Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Hendri Soekotjo, S.E., M.M.


Dr. Triyonowati, M.Si.

Ketua STIESIA




Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **RIZZA DWI STYADI**

NPM : **13.1.02.08656**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH CITRA MEREK, *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*, DAN *FASHION INVOLVEMENT* TERHADAP *IMPULSE BUYING* (Studi Empiris pada Matahari Dept. Store Tunjungan Plaza Surabaya)

Diajukan untuk diuji pada tanggal 29 September 2018 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 29 September 2018



Rizza Dwi Styadi

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Rizza Dwi Styadi
NPM : 13.1.02.08656
Program Studi : Manajemen
Tempat / Tanggal Lahir : Sidoarjo, 21 Desember 1994
Agama : Islam
Jumlah Saudara / Anak ke : 2 (dua) / 2 (dua)
Alamat Rumah : Jl. Gresik Gadukan Tmur 111 A, Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Junaedi
Alamat Rumah / Telepon : Jl. Gresik Gadukan Tmur 111 A, Surabaya
082133937085
Pekerjaan / Jabatan : Swasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SD Nurul Ulum Surabaya Tahun 2007
2. Tamat SMP di SMP Negeri 3 Surabaya Tahun 2010
3. Tamat SMA di SMA Negeri 1 Surabaya Tahun 2013
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-X	2013-2018	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat / Golongan	Jabatan
2013-2014	PT. Victory International Futures	-	Marketing
2014-Sekarang	PT. ISM Bogasari Flour Mills	-	Operator

Dibuat dengan sebenarnya

Rizza Dwi Styadi

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah serta Inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, DAN FASHION INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING (Studi Empiris pada Matahari Dept. Store Tunjungan Plaza Surabaya) “**.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penulis menyadari bahwa terselesainya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan semua pihak, maka pada kesempatan ini tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dr. Triyonowati, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Bapak Dr. Hendri Soekotjo, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya dalam membimbing dan memberi petunjuk yang bermanfaat untuk terselesaikannya skripsi ini.

4. Ibu Dra. Siti Rokhmi Fuadati. M.Si. selaku dosen wali yang telah banyak membantu dalam memberikan pengarahan pada setiap perwalian berlangsung.
5. Bapak dan Ibu dosen, serta para staf STIESIA Surabaya yang telah memberikan banyak bekal ilmu dan teladan yang berarti selama kegiatan perkuliahan berlangsung.
6. Bapak Pimpinan dan Staff di PT. Matahari *Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya, yang telah memberikan bantuan dan kerjasamanya yang baik dalam penulisan skripsi ini.
7. Kedua orang tua dan saudara saya, terima kasih untuk pengorbanan, kasih sayang, dukungan dan do'a sehingga Skripsi ini bisa terselesaikan
8. Seluruh teman-teman dari SMX-1 angkatan tahun 2013 yang berjuang bersama dalam penyelesaian perkuliahan. Terima kasih atas segala inspirasi, motivasi, waktu, dan doanya kepada saya untuk penyelesaian penelitian ini.

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca, terimakasih

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Surabaya, 10 September 2018

Rizza Dwi Styadi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Praktis.....	9
1.4.2 Manfaat Teoritis	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	10
BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 11	
2.1 Tinjauan Teoritis	11
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	11
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen.....	11
2.1.3 <i>Impulse Buying</i>	13
2.1.4 Citra Merek.....	17
2.1.5 <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	19
2.1.6 <i>Fashion Involvement</i>	25
2.1.7 Penelitian Terdahulu.....	30
2.2 Rerangka Konseptual.....	32
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	32
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap <i>Impulse Buying</i>	32
2.3.2 Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	33
2.3.3 Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	35

BAB 3 METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Objek Penelitian.....	37
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.3.1 Jenis Data.....	39
3.3.2 Sumber Data.....	39
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.4 Variabel Dan Definisi Operasional Variabel.....	41
3.5 Teknik Analisis Data.....	43
3.5.1 Uji Alat Ukur.....	43
3.5.2 Uji Statistik Deskriptif.....	44
3.5.3 Analisis Regresi Berganda.....	44
3.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.5.5 Uji Kelayakan Model.....	46
3.5.6 Uji Hipotesis.....	47
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Hasil Penelitian.....	49
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	49
4.1.2 Uji Statistik Deskriptif.....	51
4.1.3 Uji Alat Ukur.....	61
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	65
4.1.5 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	67
4.1.6 Uji Kelayakan Model.....	69
4.1.7 Uji Hipotesis.....	71
4.2 Pembahasan.....	73
4.2.1 Citra Merek berpengaruh terhadap <i>Impulse Buying</i>	73
4.2.2 <i>Hedonic Shopping Motivation</i> berpengaruh terhadap <i>Impulse Buying</i>	74
4.2.3 <i>Fashion Involvement</i> berpengaruh terhadap <i>Impulse Buying</i>	75
BAB 5 PENUTUP.....	77
5.1 Simpulan.....	77
5.2 Keterbatasan.....	77
5.3 Saran.....	78
JADWAL PENELITIAN.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian Terdahulu.....	30
2. Definisi Operasional Variabel	41
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	53
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian	54
6. Kelas Interval.....	55
7. Tanggapan Responden Berkaitan dengan <i>Impulse Buying</i>	56
8. Tanggapan Responden Berkaitan dengan Citra Merek	57
9. Tanggapan Responden Berkaitan dengan <i>Hedonic Shopping Motivation</i> ...	59
10. Tanggapan Responden Berkaitan dengan <i>Fashion Involvement</i>	60
11. Uji Validitas Variabel <i>Impulse Buying</i>	61
12. Uji Validitas Variabel Citra Merek	62
13. Uji Validitas Variabel <i>Hedonic Shopping Motives</i>	63
14. Uji Validitas Variabel <i>Fashion Involvement</i>	64
15. Hasil Uji Reliabilitas	64
16. Hasil Uji Multikolinearitas	66
17. Regresi Linier Berganda.....	68
18. Hasil Perhitungan Uji F	70
19. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2).....	71
20. Hasil Perhitungan Uji t	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Rerangka Konseptual	32
2. Hasil Perhitungan Uji Normalitas	65
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuisisioner Penelitian	85
2. Hasil Tabulasi Kuisisioner	89
3. Frekuensi Responden.....	92
4. Frekuensi Variabel.....	92
5. Hasil Uji Validitas <i>Impulse Buying</i>	96
6. Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	96
7. Hasil Uji Validitas <i>Hedonic Shopping Motives</i>	97
8. Hasil Uji Validitas <i>Fashion Involvement</i>	97
9. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	98
10. Uji Normalitas	99
11. Uji Heteroskedastisitas.....	99