

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIK, HARGA, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP *IMPULSE BUYING* KONSUMEN
HYPERMART CABANG LIPPO PLAZA SIDOARJO**

**Skripsi diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**



OLEH:

DIMAS FEBYANSYAH RAMADHAN

14.1.02.09330

Program Studi: Manajemen

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

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIK, HARGA, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP *IMPULSE BUYING* KONSUMEN
HYPERMART CABANG LIPPO PLAZA SIDOARJO**

**Skripsi diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: Manajemen
Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**



Oleh:

DIMAS FEBYANSYAH RAMADHAN

NPM: 14.1.02.09330

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

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIK, HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP *IMPULSE BUYING* KONSUMEN HYPERMART
CABANG LIPPO PLAZA SIDOARJO**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

DIMAS FEBYANSYAH RAMADHAN
NPM: 14.1.02.09330

Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji
Pada Tanggal 13 Oktober 2018

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Triyonowati, M.Si.

Anggota : 1. Winarningsih, S.H., M.M.

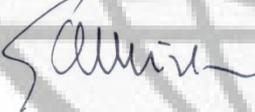
2. Dra. Siti Rokhmi Fuadati, M.Si.

Dinyatakan memenuhi syarat dan diterima

Oleh:

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen


Drs. Ec. Mashariono, M.M.


Dr. Triyonowati, M.Si.

Ketua STIESIA



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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **DIMAS FEBYANSYAH RAMADHAN**

N.P.M. : **14.1.02.09330**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP *IMPULSE BUYING* KONSUMEN HYPERMART CABANG LIPPO PLAZA SIDOARJO

Dan dimajukannya untuk diuji pada tanggal 13 Oktober 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 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 terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah – olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Sidoarjo, 13 Oktober 2018
Yang membuat pernyataan,

METERAI
TEMPEL

021FCAFF711923332

6000
ENAM RIBURUPIAH

DIMAS FEBYANSYAH R.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Dimas Febyansyah Ramadhan
NPM : 1410209330
Tempat/Tanggal Lahir : Sidoarjo/ 02Februari 1996
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak ke : 2/2
Alamat Rumah : Perum. Griya Kebonagung II Blok H3/14
Sukodono Sidoarjo
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Pristiwanto
Alamat Rumah/ Telepon : Perum. Griya Kebonagung II Blok H3/14
Sukodono Sidoarjo
Pekerjaan/ Jabatan : Pegawai Swasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SD Hang Tuah 8 Surabaya Tahun 2008
2. Tamat SLTP di SMP Negeri 24 Surabaya Tahun 2011
3. Tamat SLTA di SMA Negeri 1 Taman Sidoarjo Tahun 2014
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I – VIII	2018	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Dimas Febyansyah Ramadhan

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hidayat dan rahamat-nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP *IMPULSE BUYING* KONSUMEN HYPERMART CABANG LIPPO PLAZA SIDOARJO” dengan baik.

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

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dr. Triyonowati, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec.Mashariono M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan dengan sabar selama penulisan skripsi.
4. Ibu Dian Palupi S.E., M.S.M. selaku dosen wali yang telah membantu dalam memberikan pengarahan pada setiap perwalian berlangsung.

5. Bapak dan Ibu dosen, serta staf STIESIA Surabaya yang telah memberikan banyak bekal ilmu dan teladan
6. Kepada kedua orang tua saya yang bernama Pristiwanto dan Diah Ambarwati banyak memberikan bantuan dalam menempuh pendidikan baik secara moral maupun material.
7. Untuk sahabat-sahabat terbaikku Wahyu Sudrajat, Abdur Rosyid, S.E., Denis Bahy, Zanuwar Romadhoni, Jago Pamungkas, Yoshua Vega Hendarto, Putri Damayanti, Hafiz Baim, Renaldi Ahmad Baari, S.E., Faisal Tauza, Nanda Puspitalia, Hasan Maliki Assegaf dan Nafilah Farahdiba, S.E. yang senantiasa menemani dan selalu memberikan semangat dikala susah, selalu membantu serta memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi 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.

Surabaya, 31 Agustus 2018

Dimas Febyansyah R.

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	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7
BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS...	8
2.1 Tinjauan Teoritis	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
1. Pengertian Pemasaran.....	8
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	9
3. Konsep Inti dalam Pemasaran.....	10
2.1.2 Perilaku Konsumen	11
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	11
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ...	12
2.1.3 Keputusan Pembelian	17

1. Pengertian Keputusan Pembelian	17
2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	18
2.1.4 Motivasi Belanja Hedonik	20
2.1.5 Harga	22
2.1.6 Kualitas Produk.....	23
1. Pengertian Kualitas Produk	23
2. Dimensi Kualitas Produk	24
2.1.7 <i>Impulse Buying</i>	24
1. Pengertian <i>Impulse Buying</i>	24
2. Karakteristik <i>Impulse Buying</i>	25
3. Tipe-tipe <i>Impulse Buying</i>	26
2.1.8 Penelitian Terdahulu	27
2.2 Rerangka Pemikiran dan Rerangka Konseptual	28
2.3 Pengembangan Hipotesis	28
BAB 3 : METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian	31
3.1.1 Jenis Penelitian	31
3.1.2 Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian	31
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data	33
3.3.1 Jenis Data	33
3.3.2 Sumber Data	34
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	34
3.4.1 Variabel	34
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	35
3.5 Teknik Analisis Data.....	37
3.5.1 Uji Instrumen	38
3.5.2 Analisis Deskriptif	39
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.5.4 Uji Kelayakan Model	40
3.5.5 Uji Asumsi Klasik	

3.5.6 Uji Hipotesis	41
BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	45
4.1.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian	45
4.1.3 Deskripsi Hasil Penelitian	47
4.2 Analisis Data	49
4.2.1 Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas	55
4.2.2 Analisis Uji Regresi Linier Berganda	55
4.2.3 Analisis Uji Asumsi Klasik	57
4.2.4 Analisis Uji Kelayakan Model	58
4.2.5 Pengujian Hipotesis (Uji t)	61
4.3 Pembahasan	62
4.3.1 Pengaruh Motivasi Belanja Hedonik terhadap <i>Impulse Buying</i>	64
4.3.2 Pengaruh Harga terhadap <i>Impulse Buying</i>	64
4.3.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap <i>Impulse Buying</i>	65
BAB 5 : PENUTUP	65
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Keterbatasan.....	67
5.3 Saran	68
JADWAL PENELITIAN	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	71
	73

DAFTAR TABEL

1. Penelitian Terdahulu	27
2. Skala Likert.....	33
3. Karakteristik Berkaitan Jenis Kelamin	47
4. Karakteristik Berkaitan dengan Usia.....	48
5. Karakteristik Berkaitan dengan Pekerjaan	48
6. Skala Likert	49
7. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Motivasi Belanja Hedonik	50
8. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Harga.....	52
9. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kualitas Produk	53
10. Distribusi Frekuensi Berdasarkan <i>Impulse Buying</i>	54
11. Hasil Analisis Uji Validitas	56
12. Hasil Uji Realibilitas.....	56
13. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	57
14. Hasil Uji Normalitas	58
15. Hasil Uji Multikolinieritas	59
16. Hasil Uji F	61
17. Hasil Koefisien Korelasi	61
18. Hasil Uji t.....	62
19. Tabulasi Hasil Kuisisioner	77

DAFTAR GAMBAR

1. Model Lima Tahap proses Pembelian Konsumen	18
2. Rerangka Konseptual.....	28
3. Grafik PengujianNormalitas Data	59
4. Heteroskedastisitaspada Linier Berganda	60

