

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION* DAN *FASHION INVOLVEMENT*
TERHADAP *IMPLUSE BUYING*
(Studi Kasus pada PT Matahari *Departement Store City Of Tomorrow* Surabaya)**



Oleh:

AYU WIJAYANTI SAWITRI

NPM: 11.1.02.04915

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

STIESIA SURABAYA

2015

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION* DAN *FASHION INVOLVEMENT*
TERHADAP *IMPULSE BUYING***

(Studi Kasus Pada Konsumen Matahari *Departement Store City of Tomorrow* Surabaya)

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



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA
2015**

**PENGARUH HEDONIC SHOPPING MOTIVATION DAN
FASHION INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING**

**(Studi Kasus pada PT Matahari *Departement Store*
City Of Tomorrow Surabaya)**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**AYU WIJAYANTI SAWITRI
NPM : 11.1.02.04915**

**Telah dipertahankan di depan
Tim Penguji pada 24 Oktober 2015**

Susunan Tim Penguji :

**Ketua : Dr. Suwitho, M.Si.
Anggota : 1. Dra. Tri Yuniati, M.M.
2. Dr. Ec. Triyonowati, M.Si.**

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen



Prof. Dr. Soedjono, M.M.



Dra. Tri Yuniati, M.M.

Ketua STIESIA



Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : AYU WIJAYANTI SAWITRI

N.P.M. : 10.1.02.04915

menyatakan bahwa Skripsi ini dengan judul:

PENGARUH HEDONIC SHOPPING MOTIVATION DAN FASHION INVOLVEMENT TERHADAP IMPLUSE BUYING (Studi Kasus pada PT Matahari Departement Store City Of Tomorrow Surabaya) dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 24 Oktober 2015, 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 diatas, 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 dan ijazah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 24 Oktober 2015

Yang membuat pernyataan,



AYU WIJAYANTI SAWITRI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Ayu Wijayanti Sawitri
NPM : 11.1.02.04915
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 03 Maret 1993
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak ke : 2 (Dua / 3 (tiga))
Alamat Rumah : Jl. Krukah Utara VII A No.5 Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Sungkono
Alamat Rumah/Telepon : Jl. Krukah Utara VII A No.5 Surabaya /
085646778828
Alamat Kantor/Telepon : Jl. Ahmad Yani no 5
Pekerjaan/Jabatan : Swasta/Pemborong

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN Ngagel Rejo III No 15 Surabaya tahun 2004.
2. Tamat SLTP di Madrasah Stanawiyah Negeri 1 Surabaya tahun 2007.
3. Tamat SLTA di Madrasah Aliyah Negeri 1 Surabaya tahun 2010.
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VII	2011-2015	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Ayu Wijayanti Sawitri

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hidayat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH HEDONIC SHOPPING MOTIVATION DAN FASHION INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE (Studi Kasus pada PT Matahari City Of Tomorrow Surabaya)”** 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 penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Soedjono, Prof. Dr., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dalam membimbing dan memberi petunjuk yang bermanfaat untuk terselesaikannya skripsi ini.
3. Ibu Dra. Tri Yuniati, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, serta selaku dosen pembimbing ke 2 yang telah meluangkan banyak waktunya dalam membimbing dan memberi petunjuk yang bermanfaat untuk terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen, serta para staf STIESIA Surabaya yang telah memberikan banyak bekal ilmu dan teladan yang berarti selama kegiatan perkuliahan berlangsung.
5. Kepada kedua orang tua saya bernama Sungkono dan Fhadilah yang selama ini memberikan bantuan kepada saya dalam menempu pendidikan baik secara moril maupun materil, serta kepada Saudara Kandung saya Naning Agustin dan Dewi Lestari.

6. Sahabat, saudara, dan pendamping terbaik Argho , Catrina, Yogik, Firman, Dhani, Faisol, Chika, dhana dan lainnya yang selalu bersama-sama selama belajar di STIESIA Surabaya.
7. Manajer dan staf PT Matahari Departement Store City Of Tomorrow Surabaya yang memberikan ijin riset serta dukungan dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini saya ucapkan terima kasih.

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

Surabaya, 24-Oktober-2015

Ayu Wijayanti Sawitri



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
INTISARI	xx
<i>ABSTRACT</i>	xxi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Teoritis	8
2.1.1 Perilaku Konsumen	9
2.1.2 Konsep Motivasi Belanja (<i>Shopping Motivation</i>)	11

2.1.3 Konsep Motivasi Belanja Hedonik (<i>Hedonic Shopping Motivation</i>)	12
2.1.4 Konsep Keterlibatan Konsumen	13
2.1.5 Konsep Keterlibatan Konsumen dalam menentukan mode (<i>Fashion Involvement</i>)	15
2.1.6 Konsep Afeksi	15
2.1.7 Struktur Emosi	16
2.1.8 Konsep <i>Impulse Buying</i>	19
2.1.9 Penelitian Terdahulu	21
2.2 Rerangka Pemikiran	24
2.3 Model Konseptual	25
2.4 Perumusan Hipotesis	25
BAB 3 METODA PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian	26
3.1.1 Jenis Penelitian	26
3.1.2 Gambaran dari Populasi Penelitian	26
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data	28
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	28
3.4.1 Variabel	28
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	29
3.5 Teknik Analisis Data	31
3.5.1 Uji Kelayakan Model	32
3.5.2 Uji Instrumen	32

3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.5.4 Pengujian Hipotesis	35
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Hasil Penelitian.....	38
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	38
4.1.2 Gambaran Umum Subyek Penelitian	40
4.1.3 Deskriptif Hasil Penelitian	43
4.2 Analisis Data.....	52
4.2.1 Uji Kelayakan Model.....	52
4.2.2 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	53
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	55
4.2.4 Pengujian Hipotesis.....	60
4.3 Pembahasan.....	66
BAB 5 PENUTUP	69
5.1 Simpulan	69
5.2 Saran	70
JADWAL PENELITIAN.....	
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	22
2. Kelas Interval	31
3. Karakteristik Responden Menurut Usia.....	40
4. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	41
5. Karakteristik Responden Berkaitan dengan Intesitas Belanja dalam Satu Bulan	42
6. Kelas Interval	43
7. Distribusi Frekuensi Berdasarkan <i>Hedonic shopping motivation</i>	45
8. Distribusi Frekuensi Berdasarkan <i>Fashion Involvement</i>	48
9. Distribusi Frekuensi Berdasarkan <i>Impulse Buying</i>	50
10. Hasil Uji Kelayakan Model ANOVA.....	52
11. Hasil Uji Validitas.....	54
12. Hasil Uji Reliabilitas.....	55
13. Hasil Uji Normalitas.....	56
14. Hasil Uji Multikolinieritas Model 1	58
15. Hasil Regresi Linier Berganda.....	60
16. Koefisien Determinasi	62
17. Hasil Koefisien Determinasi Parsial.....	63
18. Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Ekspresi motif dalam pembelian dan pemakaian produk	12
2. Model dari Dampak Suasana Toko	18
3. Rerangka Pemikiran	24
4. Model Konseptual	25
5. Grafik Uji Normalitas Data	57
6. Grafik Uji Heteroskedastisitas	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner
2. Tabulasi Hasil Kuesioner
3. Tabulasi Frekuensi Data
4. Uji Validitas dan Reliabilitas
5. Hasil Regresi
6. Hasil Grafik Normal Plot
7. Hasil Grafik Scatterplot
8. Kartu Konsultasi Bimbingan
9. Surat Pengantar Ijin Riset
10. Surat Keterangan Selesai Riset
11. Sertifikat Seminar Ekuitas

