

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *FASHION INVOLVEMENT*,
HEDONIC SHOPPING MOTIVATION DAN *SALES PROMOTION*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA MATAHARI
DEPARTMENT STORE PURWOKERTO
(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

**SANDI PAMUNGKAS
1702010295**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *FASHION INVOLVEMENT*,
HEDONIC SHOPPING MOTIVATION DAN *SALES PROMOTION*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA MATAHARI
DEPARTMENT STORE PURWOKERTO
(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

SANDI PAMUNGKAS

1702010295

Diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "Purnadi", written over a faint grid background.

Purnadi, S.E., M.Si.

NIK. 2160148




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Sandi Pamungkas
NIM : 1702010295
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : ***Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involmenet, Hedonic Shopping Motivation dan Sales Promotion Terhadap Impluse Buying Matahari Departemen Store Purwokerto (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)***

Telah berhasil dipertahankan diharapkan dewan penguji dan diterima sebagai bagan persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Purnadi, S.E., M.Si. ()
Penguji 1 : Dra. Tri Septin Muji R, M.Si. ()
Penguji 2 : Totok Haryanto, S.E., M.M. ()
Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 21 Agustus 2021

Mengetahui:

Dekan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hic Nafati Tubastuvi, S.E., M.Si
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sandi Pamungkas

NIM : 1702010295

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebesar-besarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 21 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Sandi Pamungkas

MOTTO

“Ubah pola pikiranmu akan merubah duniamu”

“perbanyaklah berdoa dan berusaha Sesulit apapun masalahmu akan ada jalan”

“Berdoa dengan keyakinanmu”

(Sandi Pamungkas)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah kupersembahkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya serta kemudahan yang Engkau berikan dalam menyelesaikan tugas skripsi saya dengan segala kekurangannya. Dengan penuh kerendahan hati, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang sangat berjasa bagi dan sangat penting bagi penulis

Untuk kedua orang tua saya, Bapak dan Ibu, Kakak dan Adik saya serta teman-teman. Terima kasih atas doa dan dukungan yang telah diberikan. Semoga Allah senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Amiin



KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr. Wb.

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nyasaya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Pengaruh *Shopping Lifestyle, Fashion Involment, Hedonic Shopping Motivation* dan *Sales Promotion Terhadap Impluse Buying* Matahari Departemen Store Purwokerto (Setudi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)”.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

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 terimakasih kepada:

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep selaku rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto
2. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan berbagai informasi selama perkuliahan hingga pelaksanaan penyusunan skripsi.
3. Drs. Suyoto, M.Si selaku Kepala Program Studi Manajemen yang telah memberikan berbagai informasi tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada penulis.
4. Fatmah Bagis, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bantuan serta informasi baik mengenai akademik maupun non-akademik kepada penulis selama perkuliahan.
5. Purnadi, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing skripsi yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat waktu sesuai yang diharapkan.

6. Dra. Tri Septin Muji R, M.Si dan Totok Haryanto,S.E.,MM selaku Dosen Penguji I dan Penguji II saya yang selalu memberikan saran yang sangat membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Bapak/Ibu dosen, seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
8. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan motivasi, bimbingan, doa, dan kasih sayang sehingga saya selalu bersemangat dan optimis dalam menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kakak dan Adikku yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan doa kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.
11. Treasure yang selalu menjadi penghibur dan penyemangat dalam proses penyelesaian skripsi.
12. Teman-teman Manajemen F angkatan 2017, atas kebersamaannya, yang telah memberikan banyak cerita baik suka maupun duka.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis selam proses penyelesaian skripsi ini hingga selesai.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembanagn ilmu, Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sandi Pamungkas
NIM : 1702010295
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memeberikan Hak Bebas Royalti Non-eksekusif (*Non-executive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT, HEDONIC SHOPPING MOTIVATION* DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE PURWOKERTO
(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksekutif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/ mengalih formatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada Tanggal : 21 Agustus 2021

Yang menyatakan,


Sandi Pamungkas

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *FASHION INVOLVEMENT*,
HEDONIC SHOPPING MOTIVATION DAN *SALES PROMOTION*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA MATAHARI
DEPARTMENT STORE PURWOKERTO
(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**

Sandi Pamungkas¹, Purnadi, S.E.,M.Si²

**Program sStudi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto**

¹sandipamungkas260@gmail.com

²tugasurnadi@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *Shopping Lifestyle*, *Fashion Involvement*, *Hedonic Shopping Motivation*, dan *Sales* secara parsial dan simultan terhadap *Impulse Buying* Pada Matahari *Department Store*. Populasi penelitian ini adalah Mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan pernah berbelanja di Matahari *Department Store* Purwokerto. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel 100 responden dengan beberapa kriteria yang telah disyaratkan. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil analisis regresi menunjukkan *Shopping Lifestyle* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap *Impulse Buying*, *Fashion Involvement* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap *Impulse Buying*, *Hedonic Shopping Motivation* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap *Impulse Buying*, secara simultan *Shopping Lifestyle*, *Fashion Involvement*, *Hedonic Shopping Motivation*, dan *Sales Promotion* berpengaruh terhadap *Impulse Buying*.

Kata kunci : *Shopping Lifestyle*, *Fashion Involvement*, *Hedonic Shopping Motivation*, *Sales Promotion* dan *Impulse Buying*

**THE EFFECT OF SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT,
HEDONIC SHOPPING MOTIVATION AND SALES PROMOTION
ON IMPULSE BUYING IN MATAHARI DEPARTMENT
STORE PURWOKERTO**
(Study on Purwokerto Muhammadiyah University Students)

Sandi Pamungkas¹, Purnadi²

*Management Study Program S1, Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University Purwokerto*

¹sandipamungkas260@gmail.com

²tugaspurnadi@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the influence of Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Hedonic Shopping Motivation, and Sales partially and simultaneously on Impulse Buying at Matahari Department Stores. The population of this research are active students of Muhammadiyah University of Purwokerto and have shopped at Matahari Department Store Purwokerto. The sampling technique used was non-probability sampling with purposive sampling method. The number of samples is 100 respondents with several criteria that have been required. Collecting data using a questionnaire. The results of regression analysis show Shopping Lifestyle partially has a significant positive effect on Impulse Buying, Fashion Involvement partially has a significant positive effect on Impulse Buying, Hedonic Shopping Motivation partially has a significant positive effect on Impulse Buying, Simultaneously Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Hedonic Shopping Motivation, and Sales Promotion have an effect on Impulse Buying.

Keywords: *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Hedonic Shopping Motivation, Sales Promotion and Impulse Buying*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
MOTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori	11
1. <i>Impluse Buying</i>	11
2. <i>Shopping Lifestyle</i>	14
3. <i>Fashion Involvement</i>	17
4. <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	21
5. <i>Sales Promotion</i>	24
B. Hasil Penelitian Tedahulu.....	26
C. Kerangka Pemikiran	32
D. Hipotesis	37

BAB III	METODE PENELITIAN	39
A.	Jenis Penelitian	39
B.	Populasi dan Sampel.....	39
1.	Populasi	39
2.	Sampel	40
C.	Metode Pengumpulan Data	42
D.	Variabel Penelitian	42
1.	Variabel Dependen (X)	42
2.	Variabel Independen (Y)	42
E.	Definisi Operasional	43
F.	Metode Analisis Data	46
1.	Uji Statistik Deskriptif.....	46
2.	Uji Instrumen Peneliitian.....	46
3.	Uji Asumsi Klasik	47
4.	Uji Kecocokan Model.....	49
5.	Uji t.....	51
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
A.	Gambaran Umum Perusahaan	56
B.	Hasil Penelitian	57
1.	<i>Response Rate</i>	57
2.	Gambaran Umum Responden.....	58
3.	Uji Anslisis Statistik Deskriptif.....	61
4.	Uji Instrumen Penlitian.....	66
5.	Uji Asumsi Klasik	69
6.	Analisis Regresi Linear Berganda	72
7.	Uji Kecocokan Model.....	74
8.	Uji Hipotesis	75
C.	Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis.....	80

D. Pembahasan	81
1. Pengaruh <i>Shopping Lifestyle, Fashion Involment, Hedonic Shopping Motivation, Sales Promotion</i> terhadap <i>Impluse Buying</i> pada <i>Matahari Department Store</i>	82
2. Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impluse Buying</i> pada <i>Matahari Department Store</i>	83
3. Pengaruh <i>Fashion</i> terhadap <i>Impluse Buying</i> pada <i>Matahari Department Store</i>	85
4. Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> terhadap <i>Impluse Buying</i> pada <i>Matahari Department Store</i>	87
5. Pengaruh <i>Sales Promotion</i> terhadap <i>Impluse Buying</i> pada <i>Matahari Department Store</i>	88
BAB V PENUTUP	90
A. Kesimpulan.....	90
B. Keterbatasan Penelitian	90
C. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto	39
Tabel 4.1 Respon Rate	58
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin	58
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin	59
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Uang Saku	59
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Fakultas.....	60
Tabel 4.6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Shopping Lifestyle</i> (X1).....	61
Tabel 4.7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Fashion Involment</i> (X2)	62
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Hedonic Shopping Motivation</i> (X3)	63
Tabel 4.9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Sales promotion</i> (X4)	64
Tabel 4.10 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Impluse buying</i> (Y))	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas	70
Tabel 4.15 Uji Heteroskedastisitas.....	71
Tabel 4.16 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	72
Tabel 4.17 Analisis Koefisien Determinasi	74
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	75
Tabel 4.19 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 3.1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama	51
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	53
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	54
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	54
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Kelima	55
Gambar 4.1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama	77
Gambar 4.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	78
Gambar 4.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	78
Gambar 4.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	79
Gambar 4.5 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	99
Lampiran 2. Data Responden.....	105
Lampiran 3. Data Hasil Kuesioner.....	108
Lampiran 4. Data Input Regresi	123
Lampiran 5. Hasil Uji Karakteristik Responden.....	126
Lampiran 6. Hasil Uji Analisis Deskriptif Butir Pertanyaan Kuesioner	127
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas	128
Lampiran 8. Reliabilitas Kuesioner.....	131
Lampiran 9. Uji Asumsi Klasik	133
Lampiran 10. Uji Regresi Linear Berganda.....	134
Lampiran 11. Uji Koefisien Determinasi	134
Lampiran 12. Uji F.....	134
Lampiran 13. Uji t.....	134
Lampiran 14. R Tabel	135
Lampiran 15. T Tabel	136
Lampiran 16. F Tabel	137