

PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, SHOPPING LIFESTYLE* DAN *VISUAL MERCHANDISING* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
(Pada Produk *Fashion* Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen S-1

AGNES HIDIANI
1602010078

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2020

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, SHOPPING LIFESTYLE* DAN *VISUAL MERCHANDISING* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
(Pada Produk *Fashion* Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**



SKRIPSI

**Oleh :
AGNES HIDIANI
1602010078**

**Diterima dan di setujui oleh :
Pembimbing**



**Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si
NIK. 2160128**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Agnes Hidiani
NIM : 1602010078
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle* dan *Visual Merchandising terhadap impulse buying* (Pada Produk *Fashion Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto*)**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dra. Tri Septin Muji Rahaya, M.Si ()
Anggota 1 : Arini Hidayah, SE, M.Si ()
Anggota 2 : Restu Frida Utami, SE, M.Si ()

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 21 Januari 2020

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Akmalad Darnawan, SE, M.Si.
NIK. 2160148

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agnes Hidiani
NIM : 1602010078
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto,

Menyatakan dengan sebenar-benarnya 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 ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 21 Januari 2020

Yang membuat pernyataan



Agnes Hidiani

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agnes Hidiani
NIM : 1602010078
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto,
Jenis karya : Skripsi

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

PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, SHOPPING LIFESTYLE* DAN *VISUAL MERCHANDISING* TERHADAP *IMPULSE BUYING*

(Pada produk *fashion* Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonesklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/ mengalihformatkan, mengelola 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 Januari 2020

Yang menyatakan,



Agnes Hidiani

MOTTO

“Dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik”(QS. Al-Baqarah: 195).



PERSEMBAHAN



Kupersembahkan karya sederhana ini sebagai wujud syukur, rasa cinta dan terimakasihku dengan penuh rasa tulus, ikhlas kepada :

Kedua Orang tua saya tercinta, Ibu Tini dan Bapak Umri, yang senantiasa selalu memberikan doa yang tidak pernah putus, semangat dan kasih sayang untuk anaknya.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah 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. Anjar Nugroho, M.SI.,M.H.I., Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto
2. Akhmad Darmawan, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Hermin Endratno, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Arini Hidayah, S.E.,M.Si, selaku penguji I saya yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
6. Restu Frida Utami, S.E.,M.Si, selaku penguji II saya yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.

7. Bapak dan Ibu dosen, seluruh staff 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. Untuk Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk teman-teman dekat saya, Ria, Silvi, Endar, Hani, Damas, Intan dan Ayuna yang selalu membantu saya ketika saya mendapat kesulitan menyelesaikan skripsi ini dan teman-teman seperjuangan Manajemen S1 kelas B angkatan 2016. Tetap semangat dan sukses selalu untuk kita semua.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah Subhanahu wa Ta'ala berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin

Wassalamu'alaikum warrahmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, Januari 2020

Penulis


Agnes Hidiani

PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, SHOPPING LIFESTYLE* DAN *VISUAL MERCHANDISING* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
(Pada Produk *Fashion* Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

Agnes Hidiani¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail : agneshidiani29@gmail.com

Tri Septin Muji Rahayu²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail : septinharyanto@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle* dan *Visual Merchandising* Terhadap *Impulse Buying*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sampel pada penelitian ini adalah sebesar 110 responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle*, dan *Visual Merchandising* secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying*.

Kata kunci : *Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Visual Merchandising, Impulse Buying*.

THE EFFECT OF HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, SHOPPING LIFESTYLE, AND VISUAL MERCHANDISING ON IMPULSE BUYING (On University Students's Fashion Products of Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

Agnes Hidiani¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail : agneshidiani29@gmail.com

Tri Septin Muji Rahayu²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail : septinharyanto@gmail.com

ABSTRACT

This study purposed to determine the effect of Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, and Visual Merchandising on Impulse buying. This research uses quantitative methods. The population in this study was college students at Universitas Muhammadiyah Purwokerto. The sample in this study was 110 respondents. The analytical tools used in this study are the multiple regression analysis. The results of this study indicate that variables Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, and Visual Merchandising partially and simultaneously have a positive and significant effect on Impulse buying.

Keywords: *Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Visual Merchandising, Impulse Buying.*

DAFTAR ISI

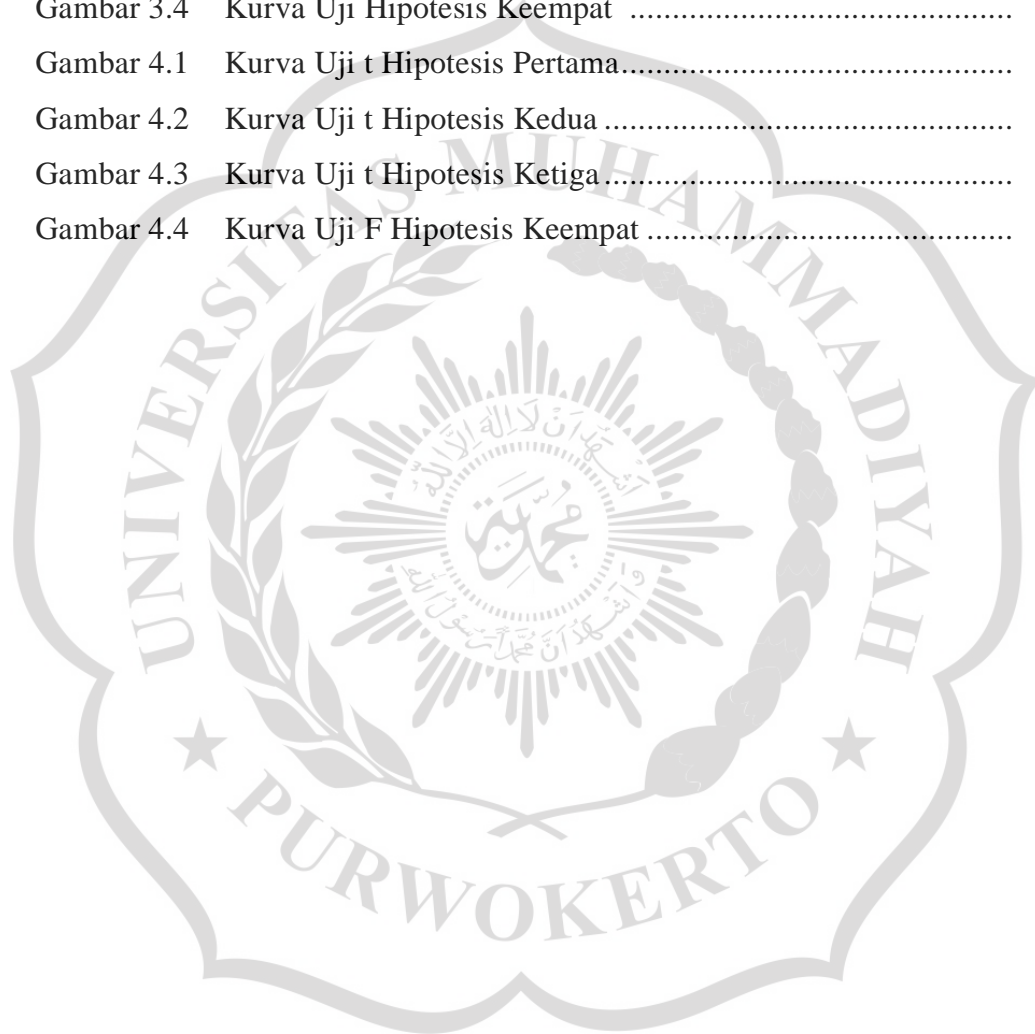
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
B. Penelitian Terdahulu	15
C. Kerangka Pemikiran	20
D. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Metode Penelitian	25
B. Populasi dan Sampel	25
C. Metode Pengumpulan Data	27
D. Variabel Penelitian	28
E. Definisi Operasional	28
F. Metode Analisis Data	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Hasil Penelitian	41
B. Pembahasan	58
BAB V SIMPULAN	68
A. Simpulan	68
B. Keterbatasan	66
C. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	24
Gambar 3.1	Kurva Uji Hipotesis pertama	35
Gambar 3.2	Kurva Uji Hipotesis Kedua	36
Gambar 3.3	Kurva Uji Hipotesis Ketiga	37
Gambar 3.4	Kurva Uji Hipotesis Keempat	39
Gambar 4.1	Kurva Uji t Hipotesis Pertama.....	55
Gambar 4.2	Kurva Uji t Hipotesis Kedua	55
Gambar 4.3	Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	56
Gambar 4.4	Kurva Uji F Hipotesis Keempat	58



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1	Definisi Operasional	29
Tabel 4.1	Respon Rate	41
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.4	Data Responden Berdasarkan Fakultas	43
Tabel 4.5	Data Responden Berdasarkan Semester	44
Tabel 4.6	Data Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan.....	44
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Hedonic Shopping Motivation</i> ..	45
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Shopping Lifestyle</i>	46
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Visual Merchandising</i>	46
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Impulse Buying</i>	47
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas	50
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Berganda	51
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	53
Tabel 4.17	Hasil Uji F	57
Tabel 4.18	Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Kuesioner Variabel <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	60
Tabel 4.19	Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Kuesioner Variabel <i>Shopping Lifestyle</i>	62
Tabel 4.20	Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Kuesioner Variabel <i>Visual Merchandising</i>	64
Tabel 4.21	Nilai Rata-Rata Butir Pertanyaan Kuesioner Variabel <i>Impulse Buying</i>	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner	74
Lampiran 2	: Data Responden	79
Lampiran 3	: <i>Respon Rate</i>	83
Lampiran 4	: Data Penelitian Jawaban Responden	84
Lampiran 5	: Karakteristik Responden	96
Lampiran 6	: Hasil Uji Analisis Data	98
Lampiran 7	: Uji Asumsi Klasik	103
Lampiran 8	: Uji Regresi Linear Berganda dan Hipotesis	105
Lampiran 9	: Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Kuesioner	107
Lampiran 10	: r tabel, t tabel dan F tabel	109

