

**ANALISIS SHOPPING LIFESTYLE DAN HEDONIC MOTIVATION
TERHADAP IMPULSE BUYING**
(studi pada Matahari Departemen Store
di Royal Plaza Surabaya)

SKRIPSI



Oleh :

Novianti Pamungkasiwi
1612010032/FEB/EM

PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2020

**ANALISIS SHOPPING LIFESTYLE DAN HEDONIC MOTIVATION
TERHADAP IMPULSE BUYING**
(studi pada Matahari Departemen Store
di Royal Plaza Surabaya)

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Untuk menyusun Skripsi S-1 jurusan Manajemen



Oleh :

Novianti Pamungkasiwi
1612010032/FEB/EM

PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2020

Halaman Pengesahan Penyusunan Skripsi

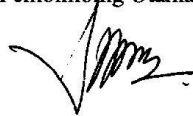
SKRIPSI

**ANALISIS SHOPPING LIFESTYLE DAN HEDONIC MOTIVATION
TERHADAP IMPULSE BUYING(studi pada Matahari
Departemen Store di Royal Plaza Surabaya)**

Yang diajukan

NOVIANTI PAMUNGKASIWI
1612010032/FEB/EM
Disetujui untuk ujian skripsi oleh

Pembimbing Utama



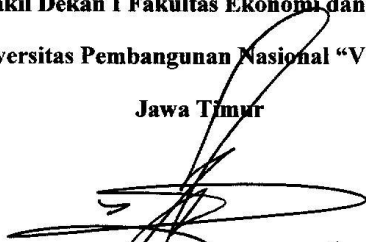
Tanggal: 28 01 20

DRS.SUPRIYONO,MM

NIP.196106261988031001

Mengetahui

**Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Jawa Timur**



DR. EKO PURWANTO, M.Si

NIP.193903291987031001

SKRIPSI

**ANALISIS SHOPPING LIFESTYLE DAN HEDONIC MOTIVATION
TERHADAP IMPULSE BUYING (studi pada Matahari
Departemen Store di Royal Plaza Surabaya)**

Yang diajukan

NOVIANTI PAMUNGKASIWI

1612010032/FEB/EM

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Manajemen Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal : 07 Februari 2020

Koordinator Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

SulastrI Irbayuni,SE,MM

NIP.19620616989032001

Pembimbing

Pembimbing Utama

Drs.EC.Suprivono,MM

NIP.196106261988031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Prof.Dr.Syamsul Huda,SE,MT

NIP.195908281990031001

Usulan penelitian

SKRIPSI

**ANALISIS SHOPPING LIFESTYLE DAN HEDONIC MOTIVATION
TERHADAP IMPULSE BUYING(studi pada Matahari
Departemen Store di Royal Plaza Surabaya)**

Yang diajukan

NOVIANTI PAMUNGKASIWI
1612010032/FEB/EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi oleh

Pembimbing Utama



DRS.SUPRIYONO,MM

NIP.196106261988031001

Tanggal:

16 07 20

Mengetahui

Koordinator Program Studi Manajemen



Sulastri Irbayuni,SE,M.M

NIP.1962061619890320001

**ANALISIS SHOPPING LIFESTYLE DAN HEDONIC MOTIVATION
TERHADAP IMPULSE BUYING**
(studi pada Matahari Departemen Store
di Royal Plaza Surabaya)

Yang diajukan oleh

Novianti Pamungkasiwi
1612010032/FEB/EM

Telah disetujui untuk diseminarkan oleh

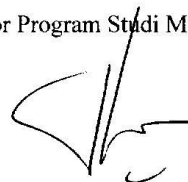
Pembimbing Utama



Drs.Ec.Suprivono.MM
NIP.196106261988031001

Tanggal: 06 12 19

Mengetahui
Koordinator Program Studi Manajemen



Sulastri Irbayuni
NIP.19620161989032001

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Shopping Lifestyle dan Hedonic Motivation terhadap Impulse Buying (studi pada Matahari Departemen Store di Royal Plaza Surabaya).

Tujuan penelitian skripsi ini untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen bagi mahasiswa program S-1 di program studi Manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari banyak bantuan pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah membantu moril maupun materil yang baik langsung ataupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Dr. Eko Purwanto, M, SI selaku wakil dekan I Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Sulastri Irbayuni selaku coordinator program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak Drs. Supriyono,MM. selaku dosen pembimbing Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang banyak membantu dan membimbing saya hingga selesai.
4. Kedua Orang tua dan keluarga saya yang selalu memberikan motivasi dan semangat agar skripsi ini cepat dengan tepat waktu.
5. Untuk teman-teman yang saya sayangi yang selalu memberikan semangat untuk mengerjakan skripsi.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Surabaya, 31 Januari 2020

Novianti Pamungkasiwi

DAFTAR ISI

Abstrak

Halaman pengesahan

Kata pengantar

Bab I Pendahuluan.....1

1.1 Latar Belakang..... 1

1.2 Rumusan Masalah 8

1.3 Tujuan Penelitian 8

1.4 Manfaat Penelitian 8

Bab II Landasan Teori

2.1 Penelitian Terdahulu 9

2.2 Landasan Teori 10

2.2.1 Pengertian Pemasaran 10

2.2.2 Shopping Lifestyle 11

2.2.2.1 Pengertian Shopping Lifestyle 11

2.2.2.2 Indikator Shopping Lifestyle 12

2.2.3 Hedonic Motivation 12

2.2.3.1 Pengertian Hedonic Motivation 12

2.2.3.2 Dimensi dan Indikator Hedonic Motivation	12
2.2.4 Impulse Buying	13
2.2.4.1 Pengertian Impulse Buying	13
2.2.4.2 Dimensi Impulse Buying	13
2.2.4.3 Indikator Impulse Buying	14
2.2.5 Hubungan Antar Variabel	15
2.2.5.1 Hubungan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying	15
2.2.5.2 Hubungan Hedonic Motivation terhadap Impulse Buying	15
2.2.6 Kerangka Konsep	16
2.2.7 Hipotesis	17

Bab III Metodologi Penelitian

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	18
3.1.1 Pengukuran Variabel	20
3.2 Teknik dan Populasi	20
3.3 Teknik Pengumpulan Data	21
3.3.1 Jenis Data	21
3.3.2 Sumber Data	22
3.3.3 Pengumpulan Data	22

3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	22
3.4.1 Uji Validitas	22
3.4.2 Uji Reliabilitas	23
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	24
3.5.1 Teknik Analisis	24
3.5.1.1 Cara Kerja PLS	25
3.5.1.2 Model Spesifikasi PLS	26
3.5.1.3 Langkah-Langkah PLS	26
 Bab IV Hasil dan Pembahasan	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	32
4.1.1 Visi dan Misi Matahari Departemen Store	36
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	36
4.2.1 Penyebaran Kuisisioner	36
4.2.2 Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Responden	37
4.2.3 Deskripsi Hasil Penelitian	39
4.3 Analisis Data	44
4.3.1 Evaluasi Outlier	44
4.3.2 Intepretasi Hasil PLS	46

4.3.2.1 Outer Inner	46
4.3.2.2 Inner Model	53
4.3.2.3 Uji Hipotesis	55
4.4 Pembahasan.....	56

Bab V Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	59

LAMPIRAN

**ANALISIS SHOPPING LIFESTYLE DAN HEDONIC MOTIVATION
TERHADAP IMPULSE BUYING (studi pada Matahari
Departemen Store di Royal Plaza Surabaya)**

Novianti Pamungkasiwi

Manajemen, Ekonomi & Bisnis, UPN “Veteran” Jawa Timur

Novianti.pamungkasiwi@yahoo.com

Persaingan didalam dunia bisnis yang luas saat ini untuk dapat menembus pasaran semakin hari semakin ketat, hal ini disebabkan karena adanya era globalisasi dan perkembangan dunia modern yang terus maju dan mengalami perubahan. Di Indonesia bisnis ritel sangatlah banyak dan beragam seperti Matahari Departemen Store yang memiliki toko eceran yang berskala besar pengelolannya dipisah dan dibagi menjadi bagian departemen-departemen yang menjual macam barang yang berbeda-beda. Atas dasar itu, maka tujuan penelitian adalah mengangkat pengaruh Shopping Lifestyle dan Hedonic Motivation terhadap Impulse Buying.

Penelitian ini menggunakan sampel konsumen yang membeli di Matahari Departemen Store di Royal Plaza Surabaya menggunakan nonprobability sampling dan purposive sampling technic. Metode dalam analisa data dalam penelitian ini adalah Partial Least Square.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Shopping Lifestyle memiliki hasil positif dan signifikan terhadap impulse buying, serta Hedonic Motivation memiliki hasil positif dan signifikan terhadap impulse buying.

Kata kunci: Shopping Lifestyle, Hedonic Motivation, Impulse Buyin