

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *PRICE DISCOUNT*, DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* GENERASI Z PADA STORE KKV TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

SKRIPSI



Disusun Oleh :

SINTHA ERIKA PUTRI
NPM. 20042010076

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *PRICE DISCOUNT*, DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* GENERASI Z PADA STORE KKV TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Disusun Oleh :

SINTHA ERIKA PUTRI
NPM. 20042010076

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING


Dr. Agus Samsudin, S.Sos., M.M., M.A
NPT. 20119771204337

Mengetahui,

DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Subitnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH STORE ATMOSPHERE, PRICE DISCOUNT, DAN SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP IMPULSE BUYING GENERASI Z PADA STORE KKV TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Disusun Oleh:

SINTHA ERIKA PUTRI

20042010076

Telah Dipertahankan Dihadapkan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Pada Tanggal 29 Mei 2024


Menyetujui,

PEMBIMBING

TIM PENGUJII


Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA
NPT. 21119771204337

1. Ketua


Dra. Lia Nirawati, M. Si
NIP. 196009241993032001

2. Sekretaris


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196406291990032000



3. Anggota


Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA
NPT. 21119771204337

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Cater Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sintha Erika Putri

NPM : 20042010076

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

PENGARUH STORE ATMOSPHERE, PRICE DISCOUNT, DAN SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP IMPULSE BUYING GENERASI Z PADA STORE KKV TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya pribadi saya dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata I di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 29 Mei 2024

Yang membuat pernyataan



Sintha Erika Putri
NPM. 20042010076

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala berkah dan limpahan rahmatnya serta sholawat dan salam kepada junjungan Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Store Atmosphere, Price Discount, dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Generasi Z Pada Store KKV Tunjungan Plaza Surabaya. Penyusunan skripsi ini ditunjukkan untuk memenuhi syarat kelulusan program Sarjana Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis juga menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari campur tangan pihak lain.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini terdapat banyak kekurangan. Maka penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos.,MM.,M.A selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis dalam memberikan pengarahan. Penulis juga menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos.,MM.,M.A selaku Koodinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Kedua Orang Tua dan Keluarga, yang selalu memberikan doa serta dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini
5. Sahabat dan teman satu angkatan Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pmebangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, yang telah memberikan dukungan serta saran satu sama lain sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis sangat mengahrapkan masukan, kritik, saran yang dapat membangun dan berharap semoga laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, penulis dengan penelitian terkait, serta bagi penggunanya untuk perkembangan ilmu pengetahuan.

Surabaya, Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Perilaku Konsumen.....	18
2.2.2 <i>Store atmosphere</i>	26
2.2.3 <i>Price discount</i>	33
2.2.4 <i>Shopping Lifestyle</i>	36
2.2.5 <i>Impulse Buying</i>	39
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	45
2.3.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	45
2.3.2 Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	46
2.3.3 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	47
2.4 Kerangka Berpikir	48
2.5 Hipotesis	50
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Jenis Penelitian.....	52
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	53
3.2.1 Definisi Operasional	53
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	55
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	56
3.3.1 Populasi	56

3.3.2 Sampel	57
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	58
3.4 Teknik Pengumpulan Data	59
3.4.1 Jenis Data.....	59
3.4.2 Sumber Data	59
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.5 Teknik Analisis Data.....	63
3.5.1 Uji Validitas	63
3.5.2 Uji Reliabilitas	65
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	66
3.5.4 Uji Hipotesis	68
3.5.5 Analisis Regresi Linier Berganda	69
3.6 Uji Koefisien Determinasi	70
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	71
4.1.1 Profil Objek Penelitian	71
4.1.2 Logo KKV	73
4.1.3 Visi Dan Misi KKV	74
4.2 Penyajian Data	74
4.2.1 Data Responden.....	74
4.2.2 Analisis Deskriptif Jawaban Responden	78
4.3 Uji Instrumen Data	84
4.3.1 Uji Validitas	84
4.3.2 Uji Reliabilitas	86
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	86
4.4.1 Uji Normalitas	86
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	87
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	88
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	89
4.6 Uji Hipotesis.....	91
4.6.1 Uji Simultan (Uji F).....	91
4.6.2 Uji Parsial (Uji T)	92
4.7 Uji Koefisien Determinasi	94

4.8 Pembahasan	95
4.8.1 Pengaruh Store Atmosphere (X1), Price Discount (X2), dan Shopping Lifestyle (X3) Terhadap Impulse Buying (Y)	95
4.8.2 Pengaruh Secara Parsial Store Atmosphere (X1) Terhadap Impulse Buying (Y)	96
4.8.3 Pengaruh Secara Parsial Price Discount (X2) Terhadap Impulse Buying (Y)	97
4.8.4 Pengaruh Secara Parsial Shopping Lifestyle (X1) Terhadap Impulse Buying (Y)	98
4.9 Matriks Hasil Penelitian	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Global Retail Development Index 2021	2
Gambar 1.2 Indonesia's Retail Sales Growth 2022-2023	2
Gambar 1.3 Populasi Generasi Z Indonesia	3
Gambar 1.4 Gen Z Memilih Ritel Fisik	4
Gambar 1.5 Store KKV Tunjungan Plaza Surabaya	9
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	50
Gambar 4.1 Logo KKV	73
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	89

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	63
Tabel 3.2 Cronbach Alpha.....	65
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	71
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	75
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	76
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	76
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	77
Tabel 4.6 Frekuensi Pembelian	78
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Store Atmosphere.....	79
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Price Discount.....	81
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Shopping Lifestyle.....	82
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Impulse Buying.....	83
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	84
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	86
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	86
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	87
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	89
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	91
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	93
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	94

ABSTRAK

SINTHA ERIKA PUTRI, 20042010076, PENGARUH STORE ATMOSPHERE, PRICE DISCOUNT, DAN SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP IMPULSE BUYING GENERASI Z PADA STORE KKV TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, *price discount*, dan *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* generasi z pada store kkv tunjungan plaza Surabaya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *store atmosphere*, *price discount*, *shopping lifestyle* sebagai variabel bebas dan *impulse buying* sebagai variabel terikat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan metode nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere*, *price discount*, dan *shopping lifestyle* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada store KKV Tunjungan Plaza Surabaya. Variabel *store atmosphere* secara parsial tidak berpengaruh terhadap *impulse buying* pada store KKV Tunjungan Plaza Surabaya. Variabel *price discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada store KKV Tunjungan Plaza Surabaya. Variabel *shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada store KKV Tunjungan Plaza Surabaya.

Kata Kunci : *Store Atmosphere, Price Discount, Shopping Lifestyle, dan impulse Buying*

ABSTRACT

SINTHA ERIKA PUTRI, 20042010076, THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, PRICE DISCOUNT, AND SHOPPING LIFESTYLE ON THE BUYING IMPULSE OF GENERATION Z AT THE KKV STORE TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

This research aims to determine the influence of store atmosphere, price discounts, and shopping lifestyle on the impulse buying of generation Z at the KKV Tunjungan Plaza Surabaya store. The variables used in this research are store atmosphere, price discount, shopping lifestyle as the independent variable and impulse buying as the dependent variable. The method used in this research is quantitative with data analysis techniques using multiple linear regression analysis. The number of samples used in this research was 100 respondents. Sampling used a nonprobability sampling method with purposive sampling technique. The data collection method uses a questionnaire. The results of this research show that store atmosphere, price discounts, and shopping lifestyle simultaneously have a positive and significant effect on impulse buying at the KKV Tunjungan Plaza Surabaya store. The store atmosphere variable partially has no effect on impulse buying at the KKV Tunjungan Plaza Surabaya store. The price discount variable has a positive and significant effect on impulse buying at the KKV Tunjungan Plaza Surabaya store. The shopping lifestyle variable has a positive and significant effect on impulse buying at the KKV Tunjungan Plaza Surabaya store.

Keywords: Store Atmosphere, Price Discount, Shopping Lifestyle, and Impulse Buying