

**PENGARUH *FASHION LIFESTYLE*, *PROMOTION*, DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN *BRAND FASHION***

GIYOMI SURABAYA

SKRIPSI



OLEH:

SAVIRA AZ ZAHRO

NPM. 22042010029

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2026

**PENGARUH *FASHION LIFESTYLE*, *PROMOTION*, DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN *BRAND FASHION*
GIYOMI SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH:

SAVIRA AZ ZAHRO

NPM. 22042010029

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN


**PENGARUH *FASHION LIFESTYLE*, *PROMOTION*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN
*BRAND FASHION GIYOMI SURABAYA***

Disusun Oleh:

SAVIRA AZ ZAHRO
NPM. 22042010029

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
Pembimbing Utama**


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik**



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *FASHION LIFESTYLE, PROMOTION, DAN SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN *BRAND FASHION GIYOMI SURABAYA*

Disusun Oleh:
SAVIRAAZ ZAHRO
NPM. 22042010029

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 26 Juni 2026

Pembimbing Utama



Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

Menyetujui,

Tim Penguji:

1. Ketua



Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

2. Sekretaris



Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si
NIP. 1970011012021211004

3. Anggota



Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

Mengetahui
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Savira Az Zahro
NPM : 22042010029
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Disertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 26 Juni 2026
Yang membuat pernyataan



Savira Az Zahro
NPM. 22042010029

ABSTRAK

SAVIRA AZ ZAHRO, 22042010029, PENGARUH *FASHION LIFESTYLE, PROMOTION, DAN SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN BRAND FASHION GIYOMI SURABAYA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Fashion Lifestyle, Promotion, dan Service Quality* terhadap *Purchase Intention* pada konsumen Brand Fashion Giyomi Surabaya, baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 112 responden yang diperoleh melalui teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Fashion Lifestyle, Promotion, dan Service Quality* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention* dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara parsial, *Fashion Lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention* dengan nilai signifikansi $0,005 < 0,05$, *Promotion* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention* dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ serta menjadi variabel yang paling dominan, dan *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention* dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,812 yang berarti bahwa variabel *Fashion Lifestyle, Promotion, dan Service Quality* mampu menjelaskan *Purchase Intention* sebesar 81,2%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata Kunci: *Fashion Lifestyle, Promotion, Service Quality, Purchase Intention.*

ABSTRACT

SAVIRA AZ ZAHRO, 22042010029, THE INFLUENCE OF FASHION LIFESTYLE, PROMOTION, AND SERVICE QUALITY ON PURCHASE INTENTION AMONG CONSUMERS OF GIYOMI FASHION BRAND SURABAYA

This study aims to determine and analyze the influence of Fashion Lifestyle, Promotion, and Service Quality on Purchase Intention among consumers of Giyomi Fashion Brand Surabaya, both simultaneously and partially. This study used a quantitative method with a sample of 112 respondents obtained through purposive sampling technique. Data collection was conducted through questionnaires using a Likert scale and analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS application. The results showed that Fashion Lifestyle, Promotion, and Service Quality simultaneously had a significant effect on Purchase Intention with a significance value of $0.000 < 0.05$. Partially, Fashion Lifestyle had a significant effect on Purchase Intention with a significance value of $0.005 < 0.05$, Promotion had a significant effect on Purchase Intention with a significance value of $0.000 < 0.05$ and became the most dominant variable, and Service Quality had a significant effect on Purchase Intention with a significance value of $0.002 < 0.05$. The coefficient of determination test showed an R Square value of 0.812, which means that the variables of Fashion Lifestyle, Promotion, and Service Quality were able to explain Purchase Intention by 81.2%, while the remaining percentage was influenced by other variables outside this study.

Keywords: *Fashion Lifestyle, Promotion, Service Quality, Purchase Intention.*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan Karunia-Nya yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh *Fashion Lifestyle, Promotion, dan Service Quality* Terhadap *Purchase Intention* pada Konsumen *Brand Fashion Giyomi Surabaya*.**

Penulis menyadari bahwa didalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Selain itu, penyusunan skripsi ini tidak lepas dari Ibu Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Ucapan terima kasih penulis sampaikan. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Acep Samsudin, S.sos., M.M., M.A. selaku koordinator 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. Teruntuk orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan serta doa kepada penulis dan senantiasa mengorbankan banyak hal agar penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.

5. Terima kasih kepada owner sekaligus karyawan Giyomi Surabaya yang telah bersedia menjadi objek penelitian dan membantu selama proses skripsi ini.
6. Terima kasih kepada teman-teman penulis yang selalu membantu dan memberikan dukungan serta semangat kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Selain itu, penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan didalam penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis memohon kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pihak-pihak terkait.

Surabaya, 26 Juni 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Secara Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Matriks Penelitian Terdahulu	21
2.3 Landasan Teori	23
2.3.1 Pemasaran	23
2.3.2 <i>Fashion Lifestyle</i>	30
2.3.3 <i>Promotion</i>	35
2.3.4 <i>Service Quality</i>	38
2.3.5 <i>Purchase Intention</i>	42
2.3.6 <i>Theory of Planned Behaviour (TPB)</i>	44
2.4 Hubungan Antar Variabel	46
2.4.1 Hubungan <i>Fashion Lifestyle (X1)</i> dengan <i>Purchase Intention (Y)</i>	46
2.4.2 Hubungan <i>Promotion (X2)</i> dengan <i>Purchase Intention (Y)</i>	46
2.4.3 Hubungan <i>Service Quality (X3)</i> dengan <i>Purchase Intention (Y)</i> .	47
2.5 Kerangka Pemikiran	48
2.6 Hipotesis.....	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	51
3.1 Jenis Penelitian	51
3.2 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	52
3.2.1 Definisi Operasional	52
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	58
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	59
3.3.1 Populasi.....	60
3.3.2 Sampel	60
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	62
3.4 Teknik Pengumpulan Data	62

3.4.1	Jenis Data	63
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	63
3.4.3	Instrumen Penelitian	64
3.5	Teknik Analisis Data	65
3.5.1	Uji Instrumen Penelitian	65
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	67
3.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda	70
3.5.4	Uji Hipotesis	70
3.6	Waktu Penelitian	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		76
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	76
4.1.1	Profil Objek Penelitian	76
4.1.2	Logo Toko Giyomi Surabaya	78
4.1.3	Struktur Organisasi Toko Giyomi Surabaya	78
4.2	Penyajian Data	80
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden	80
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian	82
4.3	Hasil Uji Persyaratan Instrumen	92
4.3.1	Hasil Uji Validitas	92
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	94
4.4	Hasil Uji Persyaratan Analisis Data	95
4.4.1	Hasil Uji Normalitas	95
4.4.2	Hasil Uji Multikolinieritas	96
4.4.3	Hasil Uji heteroskedastisitas	97
4.4.4	Hasil Uji Auto Korelasi	98
4.5	Hasil Uji Analisis Linier Berganda	99
4.6	Hasil Uji Hipotesis	101
4.6.1	Hasil Uji F	101
4.6.2	Hasil Uji t	101
4.7	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	103
4.8	Pembahasan	104
4.8.1	Pengaruh Simultan	104
4.8.2	Pengaruh Parsial	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		108
5.1	Kesimpulan	108
5.2	Saran	109
DAFTAR PUSTAKA		111
LAMPIRAN		116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Minat Belanja Konsumen per Kategori (2025)	2
Gambar 1.2 Produk Giyomi	10
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	49
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	71
Gambar 3.2 Kurva Uji t.....	73
Gambar 4.1 Giyomi Fashion Store Surabaya	76
Gambar 4.2 Logo Giyomi Store	78
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Giyomi Store Surabaya	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Pembelian Produk Giyomi Surabaya Periode September– November 2025	11
Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	533
Tabel 3.2 Skala Likert	59
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian	75
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	81
Tabel 4.3 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Fashion Lifestyle (X1)	82
Tabel 4.4 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Promotion (X2)	86
Tabel 4.5 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Service Quality (X3)	88
Tabel 4.6 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Purchase Intention (Y)	90
Tabel 4.7 Uji Validitas.....	93
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas.....	95
Tabel 4.9 Uji Normalitas	96
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas.....	97
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas.....	97
Tabel 4.12 Uji Auto korelasi.....	98
Tabel 4.13 Uji Analisis Linier Berganda.....	99
Tabel 4.14 Uji F	101
Tabel 4.15 Uji t	102
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	116
Lampiran 2 Hasil Data Kuesioner	120
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	131
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	135
Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas	136
Lampiran 6 Hasil Uji Multikolienaritas	137
Lampiran 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	137
Lampiran 8 Hasil Uji Auto Korelasi	137
Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Linier Berganda	138
Lampiran 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	138
Lampiran 11 Hasil Uji F.....	138
Lampiran 12 Hasil Uji t	138
Lampiran 13 Surat Keterangan Hasil Pemeriksaan Tingkat Plagiarisme	139
Lampiran 14 LoA (<i>Letter of Acceptance</i>) Artikel Jurnal	140