

ABSTRACT

Rika Dwi Maulidiva. 130211100140. 2017. "The Impacts of Shopping Lifestyle and Fashion Involvement on Impulse Buying Decision of Consumers of Karita Muslim Square Surabaya". Under the guidance of Dr.Ir. Nurita Andriani, MM. And Dr. Mohammad Arief, SE., M.M.

This study aims to find out and analyze the influence of shopping lifestyle and fashion involvement on impulse buying decision of consumers of Karita Muslim Square Surabaya. This research uses quantitative research. The population is the entire consumers who have ever been shopping at Karita Muslim Square Surabaya. The sampling technique used purposive sampling on 97 respondents. Data collection technique used interview and questionnaire with the measurement of answers using Likert scale. Validity test, reliability test and classical assumption test were used to test the data instrument. While on technique of data analysis used multiple linear regressions with F test, t-test and coefficient of determination.

The results of this study show that there is a significant impact of shopping lifestyle variables on impulse buying decision. It means that if the level of shopping lifestyle was increasing such as increasing the ad's bid then the impulse buying decision in Karita Muslim Square Surabaya will increase. Then there is a significant influence of fashion involvement variables on impulse buying decision. It means that if the level of fashion involvement was increasing such as improving to complete the collection then the impulse buying decision in Karita Muslim Square Surabaya will increase.

Keywords: shopping lifestyle, fashion involvement, and impulse buying decision.

ABSTRAK

Rika Dwi Maulidiva. 130211100140. 2017. “Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* terhadap keputusan *Impulse Buying* Pada Konsumen Karita Muslim *Square* Surabaya”. Dibawah bimbingan Dr. Ir. Nurita Andriani, MM. dan Dr. Mohammad Arief, SE., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* terhadap keputusan *impulse buying* pada konsumen Karita Muslim *Square* Surabaya. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasinya adalah keseluruhan konsumen yang pernah berbelanja di Karita Muslim *Square* Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan 97 responden. Teknik pengumpulan data yaitu dengan interview (wawancara) dan kuisioner dengan pengukuran jawaban menggunakan skala likert. Untuk menguji instrument data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik. Sedangkan pada teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan uji F, uji t dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel *shopping lifestyle* terhadap keputusan *impulse buying*. Hal ini berarti apabila tingkat *shopping lifestyle* semakin tinggi seperti meningkatkan tawaran iklan maka akan semakin meningkat keputusan *impulse buying* di Karita Muslim *Square* Surabaya. Kemudian terdapat pengaruh yang signifikan variabel *fashion involvement* terhadap keputusan *impulse buying*. Hal ini berarti apabila tingkat *fashion involvement* semakin tinggi seperti meningkatkan pada koleksi yang lengkap maka akan semakin meningkat keputusan *impulse buying* di Karita Muslim *Square* Surabaya

Kata kunci: *shopping lifestyle*, *fashion involvement*, dan keputusan *impulse buying*.

KATA PENGANTAR

Assalamuallaikum Warohmatullohi Wabarokatuh

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan banyak kenikmatan kepada penulis terutama, pada kenikmatan hidayah yang tidak sembarang orang diberikan kenikmatan tersebut. tidak lupa syukur kepada perantara agama yaitu nabi Muhammad SAW yang telah membawa agama yang haq. Dengan izin alloh penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* Terhadap Keputusan *Impulse Buying* Pada Konsumen Karita Muslim *Square* Surabaya”. Skripsi ini diajukan guna untuk melengkapi syarat dalam mencapai Gelar Sarjana Manajemen Universitas Trunojoyo Madura.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin bisa terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak untuk penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang memberikan kontribusinya baik spiritual maupun material khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Ec. H Muh Syarief, M. Si. Selaku Rektor Universitas Trunojoyo Madura.
2. Bapak Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.

3. Bapak Dr. Mohammad Arief, S.E, MM. selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.
4. Ibu Dr. Ir Nurita Andriani, MM. selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Bapak Dr. Mohammad Arief, S.E, MM. Selaku Dosen Pembimbing II, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, serta kesabaran yang diberikan pada penulis, sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., MM. dan Bapak Dr. A Yahya Surya Winata, SE., M. Si. Selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan untuk penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Staff Pengajar dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universita Trunojoyo Madura serta Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.
7. Pimpinan dan Seluruh Karyawan di Karita Muslim Square Surabaya, terima kasih telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian ini.
8. Terima kasih kepada seluruh konsumen Karita Muslim Square Surabaya yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner penelitian ini.
9. Terima kasih banyak kepada kedua orang tuaku, Bapak Kahar Muzakir dan Ibu Murti, yang telah berusaha dengan susah payah mencari rezeki dan selalu mendoakan agar penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

10. Kepada saudara-saudara, Rossa Bella Harmurtinus dan Rena Nikmatul laili terima kasih telah mendukung, menasehati penulis agar lebih menjadi yang lebih baik lagi.
11. Kepada M. Ismail Mardhiyan Firdaus yang telah menemani dan mendukung penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada teman-teman angkatan 2013 khususnya MJD dan kepada teman-teman konsentrasi marketing yaitu Dista, Eva, Ana, Nasikh, Diana, dan Lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas kebersamaan dan kesemngatannya, agar penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman KKN kelompok 03, yang telah menemani selama KKN di Desa. Prancak Bangkalan, terima kasih telah berbagi canda tawa dan kesemangatannya.
14. Teman-teman PPPM Royan Al-Manshurin dan tetangga Kamar Ita, Dini, Kiki, Atik dan Penasehat Kamar Mbak Ayu dan Mbak Intan, Alhamdulillah jazakumullohukhoiro yang telah menemani hari-hari penulis untuk menyelesaikan penulis skripsi ini, semoga persaudaraan ini bukan hanya di dunia melainkan juga sampai di akhirat. Aamiin
15. Semua pihak yang telah membantu dan belum penulis sampaikan satu persatu, semoga alloh membalas semua kebaikan kalian. Aamiin

Terima kasih atas kebaikan kalian, penulis pun menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritikan demi penyempurnaan skripsi ini.

Wasaalamuallaikum Warohmatullohi Wabarokatuh.

Bangkalan, 10 Juni 2017

Rika Dwi Maulidiva

130211100140

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	10

2.1.2 Perilaku Konsumen.....	11
2.1.2.1 Faktor-Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	12
2.1.3 <i>Shopping Lifestyle</i>	15
2.1.3.1 Faktor-Faktor yang mempengaruhi <i>shopping lifestyle</i>	17
2.1.4 <i>Fashion Involvement</i>	18
2.1.4.1 Faktor-Faktor yang mempengaruhi <i>fashion involvement</i>	19
2.2 Keputusan Pembelian	20
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	20
2.2.2 <i>Impulse Buying</i>	21
2.2.2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>impulse buying</i>	22
2.3 Hubungan <i>shopping lifestyle</i> terhadap <i>impulse buying</i>	24
2.4 Hubungan <i>fashion involvement</i> terhadap <i>impulse buying</i>	24
2.5 Penelitian Terdahulu.....	25
2.6 Kerangka Berfikir.....	34
2.7 Hipotesis.....	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian.....	35
3.2 Lokasi Penelitian.....	35
3.3 Populasi dan Sampel.....	36
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 Sampel.....	36
3.3.2.1 Ukuran Sampel.....	36
3.3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	38

3.4 Variabel Penelitian.....	38
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.6 Jenis dan Sumber Data.....	40
3.6.1 Jenis Data.....	40
3.6.2 Sumber Data.....	40
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.8 Skala Pengukuran Instrumental Data.....	42
3.9 Teknik Analisis Data.....	43
3.9.1 Analisis Deskriptif.....	43
3.9.2 Uji Instrumen Data.....	43
3.9.2.1 Uji Validitas.....	43
3.9.2.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.9.3 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.9.3.1 Uji Normalitas.....	45
3.9.3.2 Uji Multikolinieritas.....	45
3.9.3.3 Uji Heterokedasitas.....	46
3.9.4 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	47
3.9.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
3.9.4.2 Uji T.....	48
3.9.4.3 Uji F.....	48
3.9.4.4 Koefisien Determinasi (R ²).....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil Penelitian.....	50
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	50
4.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan.....	52
4.2 Gambaran Umum Responden.....	52
4.2.1 Berdasarkan jenis Kelamin.....	52
4.2.2 Berdasarkan Jenjang Pendidikan Terakhir.....	53
4.2.4 Berdasarkan Usia.....	54
4.2.5 Berdasarkan Pekerjaan.....	55
4.3 Deskripsi Penilaian Responden.....	56
4.3.1 Deskripsi Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> (X1).....	56
4.3.2 Deskripsi Variabel <i>Fashion Involvement</i> (X2).....	59
4.3.3 Deskripsi Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y).....	62
4.4 Hasil Uji Instrumen Data.....	64
4.4.1 Hasil Uji Validitas.....	64.
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	65.
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	66
4.5.1 Hasil Uji Normalitas.....	66
4.5.2 Hasil Uji Multikolinieritas.....	67
4.5.3 Hasil Uji Heterokedasitas.....	68
4.6 Hasil Uji Pengujian Hipotesis Penelitian.....	69.
4.6.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
4.6.2 Hasil Uji Statistik T.....	71

4.6.3 Hasil Uji Statistik F.....	73
4.6.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	73
4.7 Pembahasan.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Toko atau Butik di Kawasan Surabaya.....	
Tabel 1.2 Penjualan Produk Karita Muslim Square Surabaya.....	
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	
Tabel 4.2 Ketertarikan Berbelanja Responden.....	
Tabel 4.3 Jenjang Pendidikan Terakhir.....	
Tabel 4.4 Usia Responden.....	
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden.....	
Tabel 4.6 Pengeluaran Berbelanja Responden.....	
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Shooping Lifestyle</i> (X1).....	
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Fashion Involvement</i> (X2).....	
Tabel 4.9 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y).....	
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas.....	
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	
Tabel 4.14 Hasil Uji Statistik T.....	
Tabel 4.15 Hasil Uji Statistik F.....	
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedasitas.....	

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	: KUISIONER PENELITIAN
LAMPIRAN II	: DATA RESPONDEN
LAMPIRAN III	: TABULASI DATA & FREKUENSI
LAMPIRAN IV	: HASIL UJI VALIDITAS
LAMPIRAN V	: HASIL UJI RELIABILITAS
LAMPIRAN VI	: HASIL UJI ASUMSI KLASIK
LAMPIRAN VII	: HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA