

PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT* DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
(Studi Kasus pada *Store Levi's Sumarrecon Mall Bekasi*)

SKRIPSI

ANDRI BASKORO
211100041



PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019

PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT* DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP *IMPULSE BUYING*

(Studi Kasus pada *Store Levi's Summarecon Mall Bekasi*)

SKRIPSI

**ANDRI BASKORO
211100041**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT* DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
(Studi Kasus pada *Store Levi's Sumarrecon Mall Bekasi*)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi Lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 21 Agustus 2019



ANDRI BASKORO
NPM 211100041

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT* DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
(Studi Kasus pada *Store Levi's Sumarrecon Mall Bekasi*)**


Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Megayani, SE., MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 21 Agustus 2019

Menyetujui
Pembimbing,


Megayani, SE., MM

Mengetahui
Kepala Prodi S-1 Manajemen,


Drs. Sumitro, M.Sc.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT* DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
(Studi Kasus pada *Store Levi's Sumarrecon Mall Bekasi*)

telah diuji dalam sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) pada tanggal 16 September 2019 dengan nilai A- .

Panitia Ujian Skripsi



1. ; Drs. Sumitro, M.Sc.
(Kepala Prodi S-1 Manajemen)



2. ; Megayani, SE., MM
(Pembimbing)



3. ; Drs. H. Budiono, M. Sc
(Anggota Penguji 1)



4. ; Drs. H. Krishna Kamil, Ak., MBA., CA., CPA
(Anggota Penguji 2)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wata'ala atas berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, peneliti sampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Ibu Megayani, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Budiono, M.Sc dan Bapak Krishna Kamil, AK, MBA., CA., CPA selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA selaku ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta (YPFJ).
4. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc, selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc, selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
6. Bagian registrasi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) yang telah memberikan data dan informasi untuk proses penelitian ini.
7. Seluruh dosen dan staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) yang dengan tulus memberikan pendidikan dan pengajaran kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
8. Pada penanggungjawab atau pimpinan *Store Levi's Sumarrecon Mall* Bekasi beserta pegawai yang telah memberikan izin riset selama melakukan proses penyusunan skripsi.

9. Kedua orang tua peneliti, Ibu Erwati dan Bapak Sayono atas cinta, doa dan dukungan penuh serta kepercayaan yang begitu besar untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Anggi Nurwanti makasih untuk motivasi, bantuan, perhatian serta pengertiannya selama ini, tetaplah berusaha melakukan yang terbaik untuk hasil yang terbaik.
11. Teman-teman seperjuangan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi yang senantiasa mendukung dalam proses penyusunan skripsi.
12. Terakhir, untuk semua pihak yang terlibat tetapi tidak dapat penulis tuliskan satu persatu. Penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Peneliti sangat menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak kekurangan dan kelemahan baik secara penelitian maupun yang lainnya. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan penelitian ini.

Jakarta, 21 Agustus 2019

ANDRI BASKORO
NPM 211100041

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andri Baskoro
NPM : 211100041
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Non eksklusif *Non exclusive Royalty- Free Right*** atas skripsi saya yang berjudul:

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT* DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
(Studi Kasus pada *Store Levi's Sumarrecon Mall Bekasi*)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 21 Agustus 2019

Yang menyatakan,

Andri Baskoro

Andri Baskoro
211100041

Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Megayani, SE., MM

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *FASHION INVOLVEMENT* DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
(Studi Kasus pada *Store Levi's Sumarrecon Mall Bekasi*)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti pengaruh sebab akibat antara variabel *shopping lifestyle* (X_1), *fashion involvement* (X_2) dan *price discount* (X_3) dengan variabel terikatnya yaitu *impulse buying* (Y). Strategi penelitian ini yaitu penelitian kausal dengan pendekatan secara kuantitatif. Metoda penelitian ini adalah metoda survei, dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul datanya.

Sampel dalam penelitian yaitu sebanyak 100 orang. Analisis statistik data menggunakan koefisien determinasi dan pengujian hipotesis. Adapun alat analisis data menggunakan bantuan software SPSS versi 25.0

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Secara parsial variabel *shopping lifestyle* berpengaruh secara signifikan terhadap *impulse buying* pada *Store Levi's Sumarrecon Mall Bekasi* (2) Secara parsial variabel *fashion involvement* berpengaruh secara signifikan terhadap *impulse buying* pada *Store Levi's Sumarrecon Mall Bekasi* (3) Secara parsial variabel *price discount* berpengaruh secara signifikan terhadap *impulse buying* pada *Store Levi's Sumarrecon Mall Bekasi* dan (4) Secara simultan variabel *shopping lifestyle*, *fashion involvement* dan *price discount* berpengaruh secara signifikan terhadap *impulse buying* pada *Store Levi's Sumarrecon Mall Bekasi*.

Kata Kunci : *Shopping lifestyle*, *fashion involvement*, *price discount* dan *impulse buying*

Andri Baskoro
211100041
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Megayani, SE., MM

EFFECT OF SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT AND PRICE DISCOUNT TO THE IMPULSE BUYING
(Case Study on Levi's Store at Sumarrecon Mall Bekasi)

ABSTRACT

This study aims to obtain evidence of cause and effect influence between shopping lifestyle (X1), fashion involvement (X2) and price discount (X3) variables with the dependent variable, impulse buying (Y). This research strategy is causal research with a quantitative approach. This research method is a survey method, using a questionnaire as a data collection tool.

The sample in this study were 100 people. Statistical analysis of data using the coefficient of determination and hypothesis testing. The data analysis tool uses SPSS Version 25.0 software

The results showed that: (1) Partially shopping lifestyle variables significantly influence the impulse buying at Levi's Store Sumarrecon Mall Bekasi, (2) Partially fashion involvement variables significantly influence the impulse buying at Levi's Store Sumarrecon Mall Bekasi, (3) Partially the price discount variable significantly influences the impulse buying of Levi's Store Sumarrecon Mall Bekasi and (4) Simultaneously the shopping lifestyle, fashion involvement and price discount variables significantly influence the impulse buying at Levi's Store Sumarrecon Mall Bekasi.

Keywords: Shopping lifestyle, fashion involvement, price discount and impulse buying

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1. Pemasaran	9
2.2.1.1. Pengertian Pemasaran	9
2.2.1.2. Pengertian Strategi Pemasaran.....	10
2.2.2. <i>Shopping Lifestyle</i>	11
2.2.2.1. Pengertian <i>Lifestyle</i>	11
2.2.2.2. Pengertian <i>Shopping Lifestyle</i>	12

Halaman

2.2.2.3. Pengertian Indikator <i>Shopping Lifestyle</i>	12
2.2.3. <i>Fashion Involvement</i>	13
2.2.3.1. Pengertian <i>Involvement</i>	13
2.2.3.2. Pengertian <i>Fashion Involvement</i>	15
2.2.3.3. Indikator <i>Fashion Involvement</i>	16
2.2.4. <i>Price Discount</i>	18
2.2.4.1. Pengertian <i>Price Discount</i>	18
2.2.4.2. Indikator <i>Price Discount</i>	18
2.2.5. <i>Impulse Buying</i>	19
2.2.5.1. Pengertian <i>Impulse Buying</i>	19
2.2.5.2. Karakteristik Perilaku <i>Impulse Buying</i>	21
2.2.5.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Impulse</i> <i>Buying</i>	22
2.2.5.4. Indikator <i>Impulse Buying</i>	22
2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian	24..
2.3.1. Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .	24
2.3.2. Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse</i> <i>Buying</i>	24
2.3.3. Pengaruh <i>Price Discount</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	24
2.3.4. Pengaruh <i>Shopping Lifestyle, Fashion Involvement</i> dan <i>Price Discount</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	25
2.4. Pengembangan Hipotesis	25
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	25
BAB III METODA PENELITIAN	27
3.1. Strategi Penelitian	27
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	27..
3.2.1. Populasi Penelitian	27
3.2.2. Sampel Penelitian.....	28
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	29..
3.4. Operasional Variabel.....	30

	Halaman
3.5. Metoda Analisis Data	30
3.5.1. Instrumen Pengumpulan Data	30
3.5.2. Cara Pengolahan dan Penyajian Data	33
3.6. Uji Kualitas Data	33
1. Uji Validitas	33
2. Uji Reliabilitas	34
3.7. Uji Asumsi Klasik	34
3.7.1. Uji Normalitas	34
3.7.2. Uji Multikolinearitas	35
3.7.3. Uji Heteroskedastisitas	35
3.8. Uji Hipotesis	36
1. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	36
a) Koefisien Determinasi Parsial	36
b) Koefisien Determinasi Berganda	36
2. Pengujian Hipotesis	36
a) Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)	36
b) Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji F)	37
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 38
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	38
4.1.1. Sejarah Mall Sumarrecon Bekasi	38
4.1.2. Sejarah Produk Levi's Store Mall Summarecon Bekasi	38
4.2. Deskripsi Responden	39
4.2.1. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2.2. Deskripsi Responden berdasarkan Usia	40
4.2.3. Deskripsi Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian	41
4.3. Deskripsi Data	41
4.3.1. Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> (X_1)	41
4.3.2. Variabel <i>Fashion Involvement</i> (X_2)	42

Halaman

4.3.3. Variabel <i>Price Discount</i> (X_3)	43
4.3.4. Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y)	44
4.4. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	44
4.4.1. Uji Validitas	45
4.4.2. Uji Reliabilitas	47
4.5. Uji Asumsi Klasik	47
4.5.1. Uji Normalitas	47
4.5.2. Uji Multikolinearitas	48
4.5.3. Uji Heteroskedastisitas	49
4.6. Uji Hipotesis	49
4.6.1. Koefisien Determinasi (R^2)	49
1. Analisis Koefisien Determinasi secara Parsial	49
2. Koefisien Determinasi secara Simultan	51
4.6.2. Pengujian Hipotesis	52
1. Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)	52
2. Pengujian Hipotesis Berganda/Simultan (Uji F)	53
4.7. Pembahasan dan Hasil Penelitian	53
4.7.1. Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .	53
4.7.2. Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse</i> <i>Buying</i>	54
4.7.3. Pengaruh <i>Price Discount</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	54
4.7.4. Pengaruh <i>Shopping Lifestyle, Fashion Involvement</i> dan <i>Price Discount</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	54
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	56
5.1. Simpulan	56
5.2. Saran	56
5.3. Keterbatasan Penelitian	57
 DAFTAR REFERENSI	 58
LAMPIRAN	62..

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Ketentuan Pengukuran Instrumen Penelitian	28
Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel	29
Tabel 4.1. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.3. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	38
Tabel 4.4. Validitas Instrumen untuk Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> (X_1).....	42
Tabel 4.5. Validitas Instrumen untuk Variabel <i>Fashion Involvement</i> (X_2).....	42
Tabel 4.6. Validitas Instrumen untuk Variabel <i>Price Discount</i> (X_3)	43
Tabel 4.7. Validitas Instrumen untuk Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y).....	43
Tabel 4.8. Uji Reliabilitas untuk variabel <i>Shopping Lifestyle</i> (X_1), <i>Fashion Involvement</i> (X_2), <i>Price Discount</i> (X_3) dan <i>Impulse Buying</i> (Y)	44
Tabel 4.9. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S).....	45
Tabel 4.10. Hasil Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4.11. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	46
Tabel 4.12. Koefisien Determinasi secara Parsial X_1 terhadap Y	47
Tabel 4.13. Koefisien Determinasi secara Parsial X_2 terhadap Y	47
Tabel 4.14. Koefisien Determinasi secara Parsial X_3 terhadap Y	48
Tabel 4.15. Koefisien Determinasi secara Simultan (X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y)	48
Tabel 4.16. Pengujian Hipotesis secara Parsial (Variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y)	49
Tabel 4.17. Pengujian Hipotesis secara Simultan (Variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y)	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Konsep Penelitian.....	23
Gambar 4.1. Diagram Skala Likert Variabel <i>Shopping Lifestyle</i>	39
Gambar 4.2. Diagram Skala Likert Variabel <i>Fashion Involvement</i>	40
Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Variabel <i>Price Discount</i>	40
Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Variabel <i>Impulse Buying</i>	41

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	58
Lampiran 2. Skor untuk Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> (X_1).....	63
Lampiran 3. Skor untuk Variabel <i>Fashion Involvement</i> (X_2).....	66
Lampiran 4. Skor untuk Variabel <i>Price Discount</i> (X_3)	69
Lampiran 5. Skor untuk Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y).....	72
Lampiran 6. Hasil Data Output SPSS 25.00.....	75
Lampiran 7. Surat Keterangan Riset	82
Lampiran 8. Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	83