

***Pengaruh Shopping Lifestyle dan Hedonic Shopping Motivation  
Terhadap Terjadinya Impulsive Buying Behavior  
(Kajian Konsumen Batik Keris Supermall Karawaci Tangerang)***

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar**

**Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi**

**Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Nama : Andy Maulana**

**Nim : 43112010331**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2017**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andy Maulana  
NIM : 43112010331  
Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan Plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Maret 2017



Andy Maulana

NIM : 43112010331

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Andy Maulana  
NIM : 43112010331  
Program Studi : Manajemen S-1  
Judul Skripsi : Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap Terjadinya *Impulsive Buying Behaviour* (Kajian Konsumen Batik Keris Supermall Karawaci Tangerang).

Tanggal Lulus Ujian : 21 Maret 2017

Disahkan oleh:

Pembimbing

Ketua Penguji

  
Nur Endah Retno W. S.sos, MM

  
Iwan Firdaus S.kom., MM

Tanggal : 30/3/2017

Tanggal : 23/3/2017

Dekan

Ketua Program Studi





Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA

Dudi Permana, ST, MM, Ph.D.

Tanggal : 30/3/2017

Tanggal : 30/3/2017

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia Nya, sehingga penulis mendapatkan kesehatan serta kekuatan untuk dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap Terjadinya *Impulsive Buying Behaviour* (Kajian Konsumen Batik Keris Supermall Karawaci Tangerang)”**.

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai syarat dalam menyelesaikan studi pada program Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, banyak kekurangan dan keterbatasan, Namun demikian penulis berusaha agar penyusunan skripsi ini tetap memiliki syarat sebagai karya tulis yang bersifat ilmiah.

Didalam penulisan ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik dalam pengumpulan data, penyajian data, maupun teknik penulisan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Nur Endah Retno Wuryandari, S.sos, MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan yang bermanfaat dalam penyusunan penulisan skripsi ini, dan semua pihak yang telah membantu penulis di dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada :

1. Dr. Ir. Arrisetyanto Nugroho, MM, Selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana ST, MM, Ph,D, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Orang tua tercinta dan kakak-kakak saya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral serta material yang tiada hentinya kepada penulis serta memberikan semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen pengajar beserta staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran selama penulis mengikuti perkuliahan.
6. Terima kasih banyak kepada Anak-anak gedung B, Pinggir Lapangan, Sehat Fc, Ciawe dan Burhan yang sudah memberikan dukungan dan masukan.
7. Sahabat-sahabat tercinta M. Iqbal Tawakal S.E., Elin Situresmi S.E., M.Rifqi Noer Hanifa S.kom dan Alfiani Firdaus S.pd yang telah memberikan semangat dan dukungannya.
8. Teman-teman seperjuangan dalam mengerjakan skripsi Sandy Tyas Utama dan Muhammad Latief.
9. Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu-persatu, yang telah senantiasa membantu dan memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini, dan untuk itulah semua saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini serta besar harapan penulis semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi para pembacanya.

Jakarta, 21 Maret 2017

Penulis,

Andy Maulana



## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Perumusan Masalah Penelitian.....	11
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	11
1. Tujuan Penelitian .....	11
2. Kontribusi Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN</b>	
<b>DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka	
1. Teori Manajemen Pemasaran.....	13
2. Pengertian <i>Shopping Lifestyle</i> .....	17
3. Pengertian <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	19
4. Pengertian <i>Impulsive Buying Behaviour</i> .....	24
B. Rerangka Penelitian.....	29
C. Penelitian Terdahulu .....	32
D. Hipotesis.. .....	37

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
B. Desain Penelitian.....	38
C. Pengukuran Variabel.....	39
1. Definisi Variabel.....	39
2. Operasionalisasi Variabel.....	39
D. Pengukuran Variabel.....	44
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	45
1. Populasi Penelitian.....	45
2. Sampel Penelitian.....	46
F. Jenis Data Penelitian.....	47
G. Jenis Data Penelitian.....	47
H. Metode Analisis.....	48
1. SEM ( <i>Structural Equation Modeling</i> ).....	48
2. Uji Validitas.....	50
3. Uji Reliabilitas.....	51
4. Uji Model Struktural.....	52
5. Uji Hipotesis.....	66

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	67
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	68
2. Karakteristik Profil Responden.....	69
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	70
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
d. Deskripsi Respondeen Berdasarkan Estimasi Pendapatan Perbulan.....	72



B. Analisis Deskriptif Variabel.....	73
1. <i>Shopping Lifestyle</i> .....	73
2. <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	74
3. <i>Impulsive Buying Behaviour</i> .....	77
C. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel .....	80
1. Hasil Uji Validitas Variabel.....	80
a. <i>Shopping Lifestyle</i> .....	80
b. <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	81
c. <i>Impulsive Buying Behaviour</i> .....	84
2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel .....	87
D. Uji Kecocokan Model Pengukuran .....	89
1. Uji Kecocokan Model Keseluruhan.....	89
2. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji t) .....	90
3. Pengujian Hipotesis Penelitian .....	92
E. Hasil Uji Hipotesis .....	94
1. Analisis <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulsive Buying Behaviour</i> .....	94
2. Analisis <i>Hedonic Shopping Motivation</i> Terhadap <i>Impulsive Buying Behaviour</i> .....	95
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	96
B. Saran.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>104</b>

## DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.1	Tabel Top Brand Index .....	2
1.2	Tabel Data Penjualan Batik Keris Supermall Karawaci .....	3
1.3	Tabel Data Penjualan Batik Keris Summarecon Mall Serpong .....	3
1.4	Tabel Pra Survey .....	4
1.5	Tabel daftar promo Batik Keris dalam setahun.....	6
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu .....	32
3.1	Tabel Operasionalisasi Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> .....	40
3.2	Tabel Operasionalisasi Variabel <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	41
3.3	Tabel Operasionalisasi Variabel <i>Impulsive Buying Behavior</i> .....	43
3.4	Tabel <i>Instrument Skala Likert</i> .....	45
3.5	Tabel Kriteria Penerimaan Suatu Model.....	62
4.1	Tabel Analisis Deskriptif Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> .....	74
4.2	Tabel Analisis Deskriptif Variabel <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	76
4.3	Tabel Analisis Deskriptif Variabel <i>Impulsive Buying Behaviour</i> .....	78
4.4	Tabel Uji Validitas Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> .....	81
4.5	Tabel Uji Validitas Variabel <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	83
4.6	Tabel Uji Validitas Variabel <i>Impulsive Buying Behaviour</i> .....	86
4.7	Tabel Uji Reliabilitas Variable Penelitian.....	88
4.8	Tabel Hasil Uji Kecocokan Model Struktural.....	90
4.9	Tabel Hasil Uji Kecocokan Struktural (T-Value) .....	92
4.10	Tabel Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian .....	93

## DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
2.1	Gambar Rerangka Pemikiran .....	36
4.1	Gambar Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
4.2	Gambar Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	70
4.3	Gambar Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	71
4.4	Gambar Karakteristik Responden Berdasarkan Estimasi Pendapatan Perbulan .....	72
4.5	Gambar Pengukuran Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> .....	80
4.6	Gambar Pengukuran Variabel <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	82
4.7	Gambar Pengukuran Variabel <i>Impulsive Buying Behaviour</i> .....	85
4.8	Gambar Model Pengukuran Keseluruhan .....	89
4.9	Gambar Model Structural (t-Value).....	91

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
1	Kuesioner .....	104
2	Tabulasi Hasil Kuesioner .....	110

