

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *FASHION INVOLVEMENT*, *PRE-DECISION STAGE*, *IMPULSE BUYING BEHAVIOUR*  
DAN *POST-DECISION STAGE* PADA MEREK FOREVER 21**

**(Studi Kasus pada Pengunjung Outlet Forever 21 Mal Pondok Indah)**

**SKRIPSI**



**NAMA : KIKI AYU APRIYANTI**

**NIM : 43111010243**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2014**

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *FASHION INVOLVEMENT, PRE-DECISION STAGE, IMPULSE BUYING BEHAVIOUR*  
DAN *POST-DECISION STAGE* PADA MEREK FOREVER 21**

**(Studi Kasus pada Pengunjung Outlet Forever 21 Mal Pondok Indah)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar**

**SARJANA EKONOMI**

**Program Studi Manajemen-Strata 1**



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

**NAMA : KIKI AYU APRIYANTI**

**NIM : 43111010243**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2014**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Kiki Ayu Apriyanti  
NIM : 43111010243  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Shopping Lifestyle* terhadap *Fashion Involvement, Pre-decision Stage, Impulse Buying Behaviour* dan *Post-decision Stage* pada Merek Forever 21 (Studi Kasus pada Pengunjung Outlet Forever 21 Mal Pondok Indah)

Disahkan oleh,

**Pembimbing**



(Daru Asih, SE., M.Si)

Tanggal : 03 Febr 2015

**Ketua Penguji**



(Hesti Maheswari, SE., M.Si)

Tanggal : 30/1/2015

**Dekan**



(Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA)

Tanggal : 4/2/2015

**Ketua Program Studi**

**S1 Manajemen**



(Dr. Rina Astini, SE., MM)

Tanggal : 4/2 2015

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kiki Ayu Apriyanti

NIM : 43111010243

Program Studi : Manajemen-S1

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, Oktober 2014

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



**(Kiki Ayu Apriyanti)**

**NIM : 43111010243**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan karunia dan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh *Shooping Lifestyle*, terhadap *Fashion Involvement*, *Pre-Decision Stage*, *Impulse Buying Behaviour* dan *Post-Decision Stage* (Studi Kasus pada Pengunjung Outlet Forever 21 Mal Pondok Indah).**

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak sekali petunjuk, bimbingan dan dukungan dari berbagai banyak pihak. Oleh karenanya, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan yang telah diberikan baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama kepada:

1. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS.,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Rina Astini, SE., MM selaku Kepala Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Daru Asih, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu untuk membimbing dan memberikan berbagai informasi yang berguna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
5. Keluarga tercinta, Tohirin bapak yang akan selalu penulis hormati, Sriyatun ibu yang hebat dengan cinta yang besar kepada anak-anaknya, Febi Setiani dan Nur Ismatul Izzah kedua adik perempuan yang penulis sayangi. Terima kasih atas inspirasi, semangat serta dukungan moril maupun materiil yang telah diberikan kepada penulis selama kuliah dan penyusunan skripsi ini.
6. Sahabat saya Lili, Chairul, Galih, Maul, Dendi, Amzad, Tegar dan lainnya yang telah memberikan penulis pengalaman hebat selama kuliah, kenangan indah itu akan selalu tersimpan dalam diri penulis.
7. Bang Ipi dan Mba Fina serta teman-teman KSPM (Lili, Nabella, Rini, Chairul, Kartika, Suti, Nana, Khotijah, Ayu, Dina dan Tri) yang selalu memberikan kritik dan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Ibu Endah dan teman-teman Man-C (Reza, Silfy, Fitri, Marle, Maya, Ridwan, Cindy, Winda dan lainnya) yang telah memberikan bimbingan dan dukungan untuk penulis.
9. Ali Widiono sebagai orang spesial bagi penulis yang senantiasa meluangkan waktunya dan memberikan semangat untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman seperjuangan yaitu Ririn dan Agnes yang selalu bersama-sama menyelesaikan skripsi ini.

11. Kak Tatik yang senantiasa meluangkan waktunya untuk mengajarkan pengaplikasian program AMOS.
12. Ibu Sita selaku *Store Manager* Forever 21 yang telah memberikan izin untuk mengadakan penelitian di lingkungan outlet Forever 21.
13. Pengunjung outlet Forever 21 Mal Pondok Indah yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah bersedia mengisi kuesioner untuk kelengkapan data skripsi ini.
14. Segala pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dengan segala upaya dan kemampuan penulis dalam mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan dalam menyusun skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis meminta maaf atas segala kekurangan dalam skripsi ini. Kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini selalu penulis harapkan.

Jakarta, Oktober 2014

KIKI AYU APRIYANTI

NIM : 43111010243

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK .....	xiv
ABSTRACT.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan dan Kontribusi Penelitian .....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2 Kontribusi Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PENELITIAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Pemasaran .....	8
2.2 Perilaku Konsumen.....	9
2.3 <i>Shopping Lifestyle</i> .....	10
2.3.1 <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup) .....	10



2.3.2 Psikografik .....	11
2.3.3 <i>Invention</i> Psikografik VALS .....	12
2.3.4 Definisi <i>Shopping Lifestyle</i> .....	13
2.4 <i>Fashion Involvement</i> .....	14
2.4.1 <i>Fashion</i> .....	14
2.4.2 <i>Involvement</i> (Keterlibatan).....	15
2.4.3 Jenis-jenis Dimensi Keterlibatan Konsumen .....	19
2.4.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keterlibatan.....	20
2.5 <i>Pre-decision Stage</i> .....	21
2.5.1 Kriteria Evaluasi.....	26
2.6 <i>Post-decision Stage</i> .....	28
2.7 <i>Impluse Buying Behaviour</i> .....	30
2.7.1 Proses <i>Impluse Buying</i> .....	31
2.7.2 Faktor yang Mempengaruhi <i>Impluse Buying</i> .....	32
2.7.3 Tipe-tipe <i>Impluse Buying</i> .....	36
2.7.4 Karakteristik <i>Impluse Buying</i> .....	37
2.8 Pengembangan Hipotesis dan Rerangka Pemikiran .....	40
2.8.1 Pengembangan Hipotesis .....	40
2.8.2 Rerangka Pemikiran .....	44
2.8 Penelitian Terdahulu.....	45

### **BAB III METODE PENELITIAN**

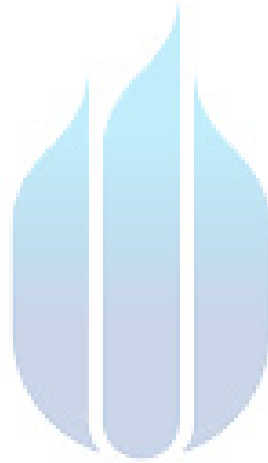
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	49
3.1.1 Waktu Penelitian .....	49
3.1.2 Tempat Penelitian .....	49
3.2 Desain Penelitian .....	49
3.3 Definisi Operasionalisasi Variabel .....	50
3.3.1 Variabel Penelitian .....	50
3.3.2 Definisi Operasionalisasi Variabel .....	51
3.4 Skala Pengukuran Variabel .....	54

3.5 Populasi dan Sampel.....	55
3.5.1 Populasi .....	55
3.5.2 Sampel dan Metode Pengambilan Sampel .....	55
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	56
3.7 Metode Analisis Data .....	57
3.7.1 Pengembangan Model Teoritis.....	57
3.7.2 Pengembangan Diagram Jalur ( <i>Path Diagram</i> ) .....	58
3.7.3 Uji Instrumen.....	59
3.7.4 Uji Hipotesis .....	62
3.7.5 Interpretasi dan Modifikasi Model .....	62

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

4.1 Gambaran Umum.....	63
4.2 Deskripsi Responden .....	64
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	65
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	66
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan .....	68
4.3 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	69
4.3.1 Uji Validitas dengan Analisis Faktor Konfirmatori .....	69
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	82
4.3.3 Uji Normalitas Data.....	83
4.3.4 Evaluasi Outlier .....	84
4.3.5 Hasil Uji Kelayakan Model Penuh (Full Model).....	88
4.3.6 Pengujian Hipotesis .....	89
4.4 Pembahasan .....	91
4.4.1 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Fashion Involvement</i> .....	91
4.4.2 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Pre-decision Stage</i> .....	92
4.4.3 Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Pre-decision Stage</i> .....	93
4.4.4 Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	94

4.4.5 Pengaruh <i>Pre-decision Stage</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	94
4.4.6 Pengaruh <i>Impulse Buying</i> terhadap <i>Post-decision Stage</i> .....	95
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan .....	96
5.2 Saran .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	52
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> .....	54
Tabel 3.3 Simbol-simbol Diagram Jalur .....	58
Tabel 3.4 Indeks Kelayakan Model .....	61
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	67
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	68
Tabel 4.5 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> pada Variabel Eksogen.....	71
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Eksogen .....	72
Tabel 4.7 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> Antar Konstruk Endogen.....	74
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> Antar Konstruk Endogen (Modifikasi 1).....	76
Tabel 4.9 Uji <i>Standardized Regression Weight</i> Antar Konstruk Endogen (Modifikasi 2).....	78
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Variabel-variabel Endogen .....	79
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> Analisis Model Penuh .....	81
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Model Penuh (Full Model).....	82
Tabel 4.18 Uji Normalitas Data .....	83
Tabel 4.14 Uji Data Outlier.....	85
Tabel 4.15 Hasil Uji Kelayakan Model Penuh (Full Model).....	88
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Regression Weights</i> Full Model.....	90

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Kemiskinan Masyarakat Indonesia Tahun 2000- 2013 .....	2
Gambar 2.1 Model Keterlibatan Konsumen .....	18
Gambar 2.2 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen .....	22
Gambar 2.3 <i>Impulse Buying Process</i> .....	32
Gambar 2.4 Model Rerangka Konseptual .....	45
Gambar 4.1 Uji Konfirmatori Konstruk Eksogen .....	70
Gambar 4.2 Uji Konfirmatori Konstruk Endogen.....	73
Gambar 4.3 Uji Konfirmatori Konstruk Endogen (Modifikasi1) .....	75
Gambar 4.4 Uji Konfirmatori Konstruk Endogen (Modifikasi2) .....	77
Gambar 4.5 Analisis Faktor Konfirmatori Model Penuh.....	80

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	103
Lampiran 2 Deskriptif Responden .....	106
Lampiran 3 Output Hasil Uji SEM-AMOS Konstruk Eksogen.....	107
Lampiran 4 Output Hasil Uji SEM-AMOS Konstruk Endogen .....	108
Lampiran 5 Output Hasil Uji SEM-AMOS Konstruk Endogen (Modifikasi) .	110
Lampiran 6 Output Hasil Uji SEM-AMOS Konstruk Endogen (Modifikasi) .	112
Lampiran 7 Output Hasil Uji SEM-AMOS Full Model .....	114
Lampiran 7 Uji Normalitas Data.....	117
Lampiran 8 Uji Outlier Data .....	118