

SKRIPSI

PENGARUH *FASHION INVOLVEMENT* DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSIVE* *BUYING* KONSUMEN DI TOKO BUTIK BANDUNG PASIR PENGARAIAN

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :

**HODMA JOLI
1625025**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
TAHUN 2020**

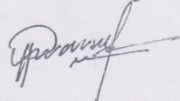
HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : HODMA JOLI
NIM : 1625025
JUDUL PENELITIAN : PENGARUH *FASHION INVOLVEMENT* DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* KONSUMEN DI TOKO BUTIK BANDUNG PASIR PENGARAIAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada hari Selasa, 21 April 2020 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

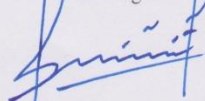
Pasir Pengaraian, 27 Juni 2020

Pembimbing I



Purwantoro, SE., M.Si
NIDN. 1030049001

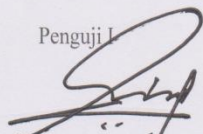
Pembimbing II



Seprini, SE., MM
NIDN. 1025097804

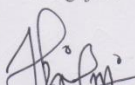
Penguji Ujian Akhir Komprehensif,

Penguji I



Andi Afrizal, SE., M. Si. AK. CA
NIDN. 1014118701

Penguji II



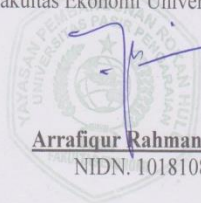
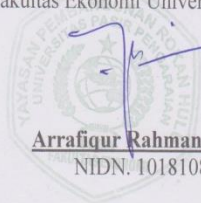
Dr. Heffi Christva Rahayu, SE., M. Si
NIDN. 1018067303

Penguji III



Yulfita Anji, SE., MM
NIDN. 1024097802

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian



Arrafiqur Rahman, SE, MM
NIDN. 1018108502

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

NAMA : HODMA JOLI
NOMOR MAHASISWA: 1625025
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH *FASHION INVOLVEMENT* DAN
SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP *IMPULSIVE*
BUYING KONSUMEN DI TOKO BUTIK BANDUNG
PASIR PENGARAIAN**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 22 Februari 2020

Yang Membuat Pernyataan



(HODMA JOLI)

ABSTRAK

HODMA JOLI. NIM: 1625025. 2020. PENGARUH *FASHION INVOLVEMENT* DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* KONSUMEN DI TOKO BUTIK BANDUNG PASIR PENGARAIAN. PEMBIMBING I: PURWANTORO, SE., M.SI, DAN PEMBIMBING II: SEPRINI, SE., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *fashion involvement* dan *shopping lifestyle* terhadap *impulsive buying* konsumen di toko Butik Bandung Pasir Pengaraian. Populasi dari penelitian ini adalah semua pembeli di Boutique Bandung yang berjumlah 39.167 orang dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang. Metode penarikan sampel dengan menggunakan tehnik aksidental sampling. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian berdasarkan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa *fashion involvement* dan *shopping lifestyle* terhadap *impulsive buying* konsumen di toko Butik Bandung Pasir Pengaraian dengan koefisien 1,109. Kesimpulan dari penelitian ini adalah baik pada pengujian secara parsial maupun secara simultan variabel *fashion involvement* dan *shopping lifestyle* terhadap *impulsive buying* konsumen.

Kata Kunci: *fashion involvement, shopping lifestyle, impulsive buying*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan taufik dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal ini. Shalawat beserta salam tak lupa dilimpahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa kita umatnya dari jaman kejahilan sampai kealam yang penuh ilmu pengetahuan seperti saat sekarang ini.

Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 pada program Manajemen Universitas Pasir Pengaraian dengan bantuan berbagai pihak, oleh sebab itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Adolf Bastian, M.Pd, selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian
2. Bapak Arrafiqur Rahman, SE., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Bapak Purwantoro, SE., M,Si selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian sekaligus sebagai pembimbing I, yang telah banyak memberi motivasi kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Ibu Seprini, SE., MM sebagai pembimbing II, yang telah banyak memberi motivasi kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Rekan-rekan seperjuangan yang banyak membantu pengerjaan proposal ini hingga akhirnya sama-sama dapat meraih gelar sarjana.
6. Semua pihak yang takmungkin penulis sebut satu persatu, yang telah memberikan informasi berkaitan dengan penelitian ini.

Semoga Allah selalu melimpahkan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini. Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu saya mengharapkan bantuan dari semua pihak baik itu kritik maupun saran yang membangun sehingga bisa menjadi yang terbaik nantinya. Demikian pengantar dari saya, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Pasir Pengaraian, Februari 2020

HODMA JOLI

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN	
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 <i>Fashion Involvement</i> (Ketertarikan Fashion).....	9
2.1.2 <i>Shopping Lifestyle</i>	11
2.1.3 <i>Impulsive Buying</i>	15
2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	21
2.2 Kerangka Konseptual	22
2.3 Hipotesis	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian	24
3.2 Populasi dan Sampel	24
3.3 Jenis dan Sumber Data	25
3.4 Teknik Pengambilan Data	26
3.5 Defenisi Operasional	27
3.6 Instrumen Penelitian	28
3.7 Teknik Analisis Data	30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
4.2 Karakteristik Responden.....	38
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghailan Perbulan.....	40
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Perbulan.....	41
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	42
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	43
4.3.1 Uji Validitas.....	43
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	45
4.4 Analisis Deskriptif.....	45
4.4.1 Variabel <i>Fashion Involvement</i>	46
4.4.2 Variabel <i>Shopping Lifestyle</i>	47
4.4.3 Variabel <i>Impulsive Buying</i>	48

4.5 Uji Asumsi Klasik.....	48
4.4.1 Normalitas Data.....	48
4.4.2 Uji Multikolonieritas.....	49
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.7 Koefisien Determinasi (R^2).....	51
4.8 Pengujian Hipotesis.....	52
4.8.1 Uji-t.....	52
4.8.2 Uji-F.....	53
4.9 Pembahasan.....	55

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Data Penjualan Pada Toko Butik Bandung.....	4
Tabel 2.1	Penelitian yang Relevan.....	21
Tabel 3.1	Defenisi Operasional Variabel	28
Tabel 3.2	Keterangan Skor Jawaban Skala Likert.....	30
Tabel 3.3	Nilai Tingkat Capaian Responden (TCR)	32
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	40
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	41
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	42
Tabel 4.6	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel X.....	44
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	44
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	45
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	45
Tabel 4.11	TCR Variabel <i>Fashion Involvement</i>	46
Tabel 4.12	TCR Variabel <i>Shopping Lifestyle</i>	47
Tabel 4.13	TCR Variabel <i>Impulsive Buying</i>	48
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas.....	49
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolonieritas.....	50
Tabel 4.16	Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 4.17	Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	51
Tabel 4.18	Hasil Uji t.....	52
Tabel 4.19	Hasil Uji F.....	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian.....	22
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	36