

**SKRIPSI**



**PENGARUH KETERLIBATAN FASHION, *HEDONIC SHOPPING*,  
SUASANA TOKO DAN GAYA HIDUP BERBELANJA TERHADAP  
PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK FASHION DI MATAHARI  
DEPARTMENT STORE KUDUS**

Disusun Oleh :

Nor Solikhah

201911550

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**TAHUN 2023**



LAMAN SAMPL

**PENGARUH KETERLIBATAN FASHION, *HEDONIC SHOPPING*,  
SUASANA TOKO DAN GAYA HIDUP BERBELANJA TERHADAP  
PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK FASHION DI MATAHARI  
DEPARTMENT STORE KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang  
pendidikan Strata Satu (SI) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

Disusun Oleh :

Nor Solikhah

201911550

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**TAHUN 2023**

**PENGARUH KETERLIBATAN FASHION, *HEDONIC SHOPPING*,  
SUASANA TOKO DAN GAYA HIDUP BERBELANJA TERHADAP  
PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK FASHION DI MATAHARI  
DEPARTMENT STORE KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian  
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal ...*F. September 2023*.....

Pembimbing I



Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

NIDN. 0628048702

Pembimbing II



Hutomo Rusdianto, S.E., MBA.

NIDN. 0619108502

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M

NIDN. 0024037701

**PENGARUH KETERLIBATAN FASHION, HEDONIC SHOPPING,  
SUASANA TOKO DAN GAYA HIDUP BERBELANJA TERHADAP  
PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK FASHION DI MATAHARI**

**DEPARTMENT STORE KUDUS**

Nama : Nor Sholikhah  
NIM : 201911550  
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian  
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah R. S.E., M.M.)

NIDN. 0024037701

Mengetahui,

Dekan



(Dr. Koprati Sumekar, S.E., M.M.)

NIDN. 0616077304

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.)

NIDN.0628048702

Pembimbing II



(Putomo Rusdianto, S.E., M.B.A.)

NIDN. 0619108502

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

"Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar".

(Q.S Ar-Ruum:60)

"Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kamu impikan mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan"

(Boy Chandra)

### PERSEMBAHAN:

1. Kedua orang tua yang tercinta yang selalu memberikan dukungan dan doa.
2. Sahabat tersayang.
3. Teman seangkatan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus tahun 2019 yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam mengerjakan skripsi.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat, hidayah dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**PENGARUH KETERLIBATAN FASHION, *HEDONIC SHOPPING*, SUASANA TOKO DAN GAYA HIDUP BERBELANJA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK FASHION DI MATAHARI DEPARTMENT STORE KUDUS**". Skripsi menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan kuliah Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak, sehingga penulis sangat berterimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., sebagai Dosen Pembimbing I yang bersedia membimbing dan mengarahkan peneliti dengan penuh kesabaran mulai dari penyusunan hingga selesainya skripsi ini.
5. Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing penulis hingga skripsi selesai.

6. Segenap dosen maupun staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas ilmu dan bantuan pelayanan.
7. Kedua orang tuaku yang telah memberikan do'a, dukungan, dan semangat baik moral, material maupun spiritual.
8. Sahabat-sahabatku yang telah menemani, menyemangati, dan mendengarkan keluh kesahku serta membantuku.
9. Para responden yang telah membantu penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Semoga dibalik ketidaksempurnaan skripsi ini masih bisa bermanfaat bagi pembaca dan menjadi bahan penelitian selanjutnya.

Kudus, 2023

Penulis,

**NOR SHOLIKHAH**

**NIM. 201911550**

**PENGARUH KETERLIBATAN FASHION, *HEDONIC SHOPPING*,  
SUASANA TOKO DAN GAYA HIDUP BERBELANJA TERHADAP  
PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK FASHION DI MATAHARI  
DEPARTMENT STORE KUDUS**

**Oleh:  
Nor Sholikhah  
201911550**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAKSI**

Fashion merupakan sesuatu yang tidak pernah lepas dari perhatian setiap orang karena dapat menjadi evaluasi terhadap karakter seseorang dan fashion merupakan sesuatu yang penting. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keterlibatan fashion, *hedonic shopping*, suasana toko, dan gaya hidup berbelanja terhadap pembelian impulsif produk fashion di Matahari Department Store Kudus. Populasi dalam penelitian ini seluruh konsumen Matahari Department Store Kudus yang berdomisili di wilayah Karisidenan Pati yang belum diketahui jumlah pastinya. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah purposive sampling dengan menggunakan rumus Roscoe. Berdasarkan rumus tersebut didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisa data dilakukan dengan uji regresi dan korelasi dengan menggunakan program SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, Keterlibatan fashion berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, *Hedonic shopping* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, Suasana toko tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif, dan Gaya hidup berbelanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif. Secara simultan keterlibatan fashion, *hedonic shopping*, suasana toko dan gaya hidup berbelanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif.

**Kata kunci:** *keterlibatan fashion, hedonic shopping, suasana toko, gaya hidup berbelanja, pembelian impulsif*



**THE EFFECT OF FASHION INVOLVEMENT, HEDONIC SHOPPING,  
SHOP ATMOSPHERE AND SHOPPING LIFESTYLE ON IMPULSIVE  
BUYING OF FASHION PRODUCTS IN MATAHARI DEPARTMENT  
STORE KUDUS**

**By:  
Nor Sholikhah  
201911550**

**MURIA KUDUS UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
MANAGEMENT STUDY PROGRAM**

**ABSTRACTION**

*Fashion is something that is never separated from everyone's attention because it can be an evaluation of one's character and fashion is something important. This study aims to determine the effect of fashion involvement, hedonic shopping, store atmosphere, and shopping lifestyle on impulsive buying of fashion products at Matahari Department Store Kudus. The population in this study are all consumers of Matahari Department Store Kudus who are domiciled in the Karisidenan Pati area whose exact number is not known. The method used in sampling is purposive sampling using the Roscoe formula. Based on this formula, the number of samples is 100 respondents. The data analysis technique was carried out by regression and correlation tests using the SPSS version 26 program. The results of this study indicated that partially, fashion involvement had a positive and significant effect on impulsive purchases, hedonic shopping had a positive and significant effect on impulsive purchases, store atmosphere had no significant effect on impulsive purchases, and shopping lifestyle had a positive and significant effect on impulsive purchases. Simultaneously the involvement of fashion, hedonic shopping, store atmosphere and shopping lifestyle has a positive and significant effect on impulse buying.*

**Keywords:** *fashion involvement, hedonic shopping, store atmosphere, lifestyle shopping, impulse buying*

## DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN SAMPUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAKSI .....	viii
<i>ABSTRACTION</i> .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	7
1.3. Perumusan Masalah .....	7
1.4. Tujuan .....	9
1.5. Manfaat Penelitian .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1. Manajemen Pemasaran .....	11
2.2. Pembelian Impulsif .....	14
2.3. Keterlibatan Fashion .....	16
2.4. Hedonic Shopping .....	19
2.5. Suasana Toko .....	22
2.6. Gaya Hidup Berbelanja .....	25
2.7. Penelitian Terdahulu .....	29
2.8. Pengaruh Aatar Variabel .....	31
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis .....	36
BAB III METODE PENELITIAN .....	38
3.1. Rancangan Penelitian .....	38

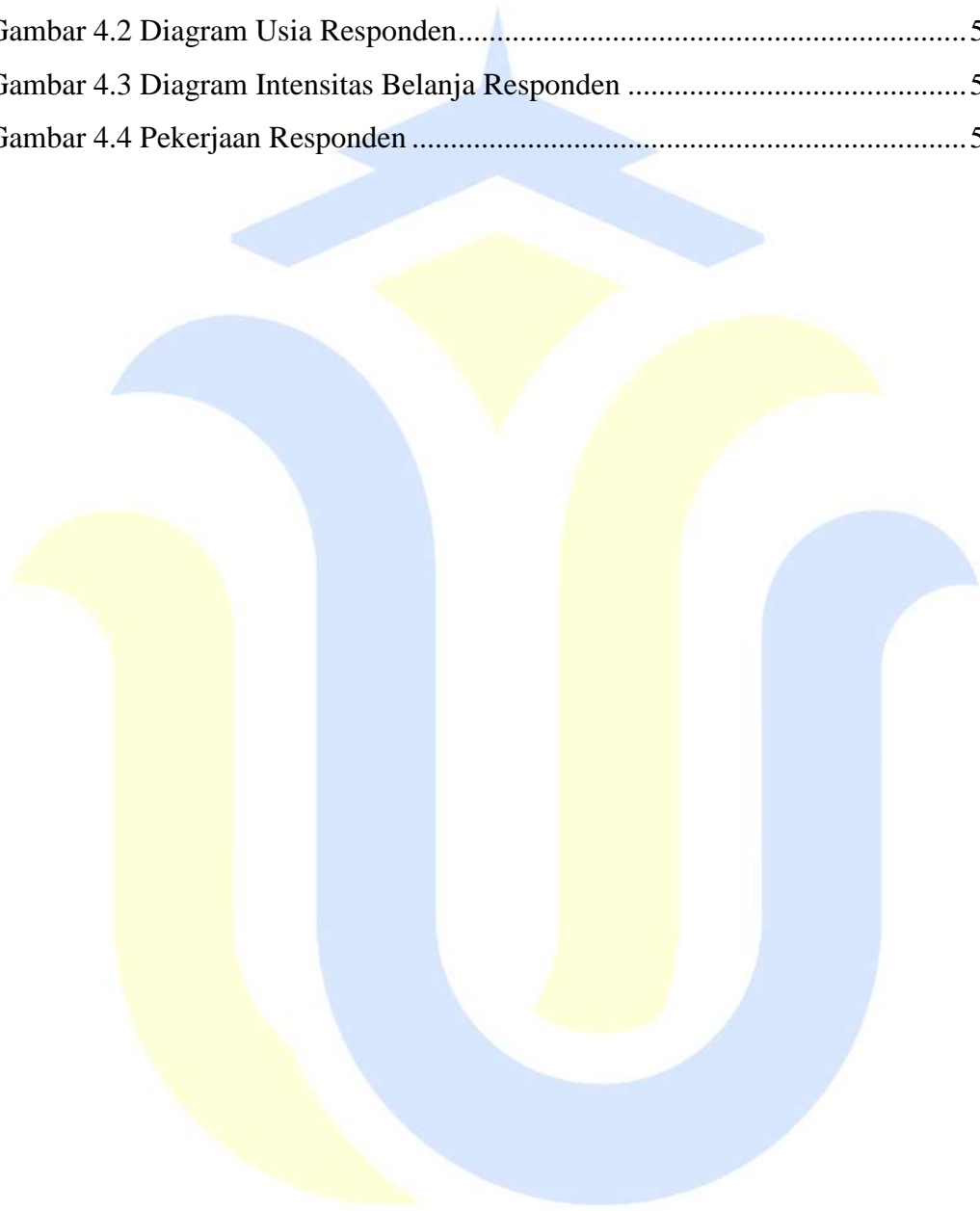
3.2. Variabel Penelitian .....	38
3.3. Definisi Operasional Variabel .....	39
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	41
3.5. Populasi dan Sampel .....	42
3.6. Pengumpulan Data .....	44
3.7. Metode Pengolahan data .....	45
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	46
3.9. Analisis Data .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	54
4.2. Analisis Data .....	55
4.3. Pembahasan .....	76
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>81</b>
5.1. Kesimpulan.....	81
5.2. Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Data Pertumbuhan Ritel Indonesia Tahun 2019-2022.....	1
Tabel 1.2 Jumlah Transaksi Tahun 2022 .....	5
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	52
Tabel 4.2 Usia Responden .....	52
Tabel 4.3 Intensitas Belanja Responden .....	53
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden .....	53
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Pembelian Impulsif .....	55
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Keterlibatan Fashion .....	56
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Hedonic Shopping .....	56
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Suasana Toko .....	57
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Gaya Hidup Berbelanja .....	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas .....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas .....	62
Tabel 4.13. Hasil Uji Multikolinearitas .....	63
Tabel 4.14. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	63
Tabel 4.15. Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	64
Tabel 4.16 Hasil Uji t .....	66
Tabel 4.17. Hasil Uji F .....	68
Tabel 4.18. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	69

## DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	36
Gambar 4.1 Diagram Jenis Kelamin Responden .....	52
Gambar 4.2 Diagram Usia Responden.....	53
Gambar 4.3 Diagram Intensitas Belanja Responden .....	54
Gambar 4.4 Pekerjaan Responden .....	55



## DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Lampiran 1 Pengantar Kuesioner.....	89
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Kuesioner.....	90
Lampiran 3 Tabulasi Kuesioner Keterlibatan Fashion .....	95
Lampiran 4 Tabulasi Kuesioner <i>Hedonic Shopping</i> .....	98
Lampiran 5 Tabulasi Kuesioner Suasana Toko .....	101
Lampiran 6 Tabulasi Kuesioner Gaya Hidup .....	104
Lampiran 7 Tabulasi Kuesioner Pembelian Impulsif .....	107
Lampiran 8 <i>Output</i> Frekuensi Variabel Keterlibatan Fashion .....	110
Lampiran 9 <i>Output</i> Frekuensi Variabel <i>Hedonic Shopping</i> .....	112
Lampiran 10 <i>Output</i> Frekuensi Variabel Suasana Toko.....	114
Lampiran 11 <i>Output</i> Frekuensi Variabel Gaya Hidup Berbelanja.....	116
Lampiran 12 <i>Output</i> Frekuensi Variabel Pembelian Impulsif .....	118
Lampiran 13 <i>Output</i> Validitas Variabel Keterlibatan Fashion .....	120
Lampiran 14 <i>Output</i> Validitas Variabel <i>Hedonic Shopping</i> .....	121
Lampiran 15 <i>Output</i> Validitas Variabel Suasana Toko .....	122
Lampiran 16 <i>Output</i> Validitas Variabel Gaya Hidup Berbelanja .....	123
Lampiran 17 <i>Output</i> Validitas Variabel Pembelian Impulsif .....	124
Lampiran 18 <i>Output</i> Reliabilitas Variabel Keterlibatan Fashion.....	125
Lampiran 19 <i>Output</i> Reliabilitas Variabel <i>Hedonic Shopping</i> .....	126
Lampiran 20 <i>Output</i> Reliabilitas Variabel Suasana Toko .....	127
Lampiran 21 <i>Output</i> Reliabilitas Variabel Gaya Hidup Berbelanja .....	128
Lampiran 22 <i>Output</i> Reliabilitas Variabel Pembelian Impulsif.....	129
Lampiran 23 <i>Output</i> Regresi Linier .....	130
Lampiran 24 <i>Output</i> Uji Multikolinearitas .....	131
Lampiran 25 <i>Output</i> Uji Normalitas .....	132
Lampiran 26 <i>Output</i> Uji Heteroskedastisitas .....	134
Lampiran 27 Tabel r untuk $df = 51 - 100$ .....	135
Lampiran 28 Tabel t untuk $DF = 51-100$ .....	137
Lampiran 29 Tabel F 0,05 .....	118