PENGARUH MOTIF BELANJA HEDONIK TERHADAP GAYA HIDUP BERBELANJA DAN PEMBELIAN IMPULSIF
(Studi pada Konsumen Gerai Pull & Bear Ambarrukmo Plaza Yogyakarta)

THE INFLUENCE OF HEDONIC SHOPPING MOTIVES ON SHOPPING LIFESTYLE AND IMPULSE BUYING
(Study On Consumer Outlet Pull & Bear Ambarrukmo Plaza Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh

ARGATSALIST HAIDAR BAHARIL ILMI

20140410343

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2018

SKRIPSI

PENGARUH MOTIF BELANJA HEDONIK TERHADAP GAYA HIDUP BERBELANJA DAN PEMBELIAN IMPULSIF
(Studi pada Konsumen Gerai Pull & Bear Ambarrukmo Plaza Yogyakarta)

THE INFLUENCE OF HEDONIC SHOPPING MOTIVES ON SHOPPING LIFESTYLE AND IMPULSE BUYING
(Study On Consumer Outlet Pull & Bear Ambarrukmo Plaza Yogyakarta)

Diajukan oleh

ARGATSALIST HAIDAR BAHARIL ILMI

20140410343

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing

Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D.

NIP: 19630407 199103 2 001

Tanggal, 28/8/2018

SKRIPSI

PENGARUH MOTIF BELANJA HEDONIK TERHADAP GAYA HIDUP BERBELANJA DAN PEMBELIAN IMPULSIF
(Studi pada Konsumen Gerai Pull & Bear Ambarrukmo Plaza Yogyakarta)

THE INFLUENCE OF HEDONIC SHOPPING MOTIVES ON SHOPPING LIFESTYLE AND IMPULSE BUYING
(Study On Consumer Outlet Pull & Bear Ambarrukmo Plaza Yogyakarta)

Diajukan oleh

ARGATSALIST HAIDAR BAHARIL ILMI

20140410343

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 26 Oktober 2018

Yang terdiri dari

Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D.
Ketua Tim Penguji

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Rita Kusumawati, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA.
NIK. 19731218199904 143 068

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Argatsalist Haidar Baharil Ilmi

Nomor Mahasiswa : 20140410343

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **"Pengaruh Motif Belanja Hedonik terhadap Gaya Hidup Berbelanja dan Pembelian Impulsif (Studi pada Konsumen Gerai Pull & Bear Ambarrukmo Plaza Yogyakarta)"** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 8 November 2018

Argatsalist Haidar Baharil Ilmi

MOTTO

“..dan aku belum pernah kecewa dalam berdoa kepada-Mu”. (QS. Maryam;4)

“Semoga aku menjadi pohon yang ditebang kemudian digunakan”.

(Abu Bakar As-Siddiq)

“Terbentur, Terbentur, Terbentur. Terbentuk!” (Tan Malaka)

“Seorang terpelajar harus sudah berbuat adil sejak dalam pikiran apalagi dalam perbuatan”. (Pramoedya Ananta Toer)

“Stop thinking too much now start your step”. (Jenny)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT,
Alhamdulillahirabbil'alamin, terimakasih atas segala nikmat kemudahan yang telah diberikan dalam proses penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.

Untuk:

Kedua orang tuaku, Gandung Guntoro dan Arzia Rosyada.
Ini salah satu sembah bakti serta bukti dariku untuk kalian bahwa aku dapat menyelesaikan kuliah.

Kedua kakakku, Prawira Sukma Arga Perdana dan
Fawzia Argatsania Siffa Sakinah.
Terimakasih telah membantu dalam hal apapun serta memberi kritikan dan nasihat yang membangun.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Motif Belanja Hedonik, Gaya Hidup Berbelanja, dan Pembelian Impulsif di Gerai Pull & Bear Ambarrukmo Plaza Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung dan melakukan transaksi pembelian di Gerai Pull & Bear Ambarrukmo Plaza Yogyakarta. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 150 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Sederhana, Uji t, Analisis Jalur (*Path Analysis*), dan Uji Sobel.

Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan diperoleh hasil bahwa Motif Belanja Hedonik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Gaya Hidup Berbelanja, selanjutnya Motif Belanja Hedonik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Impulsif, selanjutnya Gaya Hidup Berbelanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Impulsif, dan Motif Belanja Hedonik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Impulsif secara tidak langsung melalui Gaya Hidup Berbelanja.

Kata Kunci: Motif Belanja Hedonik, Gaya Hidup Berbelanja, dan Pembelian Impulsif.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Hedonic Shopping Motives, Shopping Lifestyle, and Impulse Buying at Outlet Pull & Bear Ambarrukmo Plaza Yogyakarta. Subjects in this study were consumers who had visited and made purchase transactions at Outlet Pull & Bear Ambarrukmo Plaza Yogyakarta. In this study a sample of 150 respondents selected by using purposive sampling method. The analysis tools used are Simple Linear Regression Analysis, t Test, Path Analysis, and Test Sobel.

Based on the analysis that has been done to obtain the result that the Hedonic Shopping Motives have a positive and significant impact on Shopping Lifestyle, then Hedonic Shopping Motives has a positive and significant impact on Impulse Buying, then Shopping Lifestyle has a positive and significant impact on Impulse Buying, and Hedonic Shopping Motives have positive and significant impact on Impulse Buying indirectly through Shopping Lifestyle.

Keywords: Hedonic Shopping Motives, Shopping Lifestyle, and Impulse Buying.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul "Pengaruh Motif Belanja Hedonik terhadap Gaya Hidup Berbelanja dan Pembelian Impulsif (Studi pada Konsumen Gerai Pull & Bear Ambarrukmo Plaza Yogyakarta)".

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati PA., M.Si, Ph.D. selaku Ketua Prodi Manajemen dan sekaligus dosen pembimbing, terimakasih atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan.
3. Kedua orang tuaku tersayang Gandung Guntoro dan Arzia Rosyada, yang selalu mendoakan serta memberikan motivasi dalam pengerjaan skripsi ini.
4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan.

Yogyakarta, 1 September 2018

Argatsalist Haidar Baharil Ilmi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING ..... **ii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**
HALAMAN PERNYATAAN ..... **iv**
HALAMAN MOTTO ..... **v**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **vi**
INTISARI ..... **vii**
ABSTRACT ..... **viii**
KATA PENGANTAR ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Batasan Masalah Penelitian 6
C. Rumusan Masalah Penelitian 7
D. Tujuan Penelitian 7
E. Manfaat Penelitian 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **10**
A. Landasan Teori 10
1. Perilaku Konsumen. 10
2. Motif Belanja Hedonik. 12
3. Gaya Hidup Berbelanja. 14
4. Pembelian Impulsif. 16
B. Hasil Penelitian Terdahulu 20
C. Penurunan Hipotesis 25
D. Model Penelitian 28
BAB III METODE PENELITIAN **29**
A. Objek dan Subjek Penelitian 29
B. Jenis Data 29

C. Teknik Pengambilan Sampel 29
D. Teknik Pengumpulan Data 31
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian 32
F. Uji Kualitas Instrumen dan Data 34
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis 36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 40
A. Karakteristik Responden 40
1. Jenis Kelamin Responden. 40
2. Usia Responden. 41
3. Pekerjaan Responden. 41
4. Pendapatan Responden. 42
B. Uji Kualitas Instrumen 43
1. *Pretest* Uji Validitas 43
2. *Pretest* Uji Reliabilitas 45
3. Uji Validitas 46
4. Uji Reliabilitas. 47
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) 48
1. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana. 48
2. Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*) dan Uji Sobel. 52
D. Pembahasan 54
1. Pengaruh Motif Belanja Hedonik terhadap Gaya Hidup Berbelanja. 54
2. Pengaruh Motif Belanja Hedonik terhadap Pembelian Impulsif 55
3. Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja terhadap Pembelian Impulsif. 56
4. Pengaruh Motif Belanja Hedonik terhadap Pembelian Impulsif melalui Gaya Hidup Berbelanja. 57
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN 58
A. Kesimpulan 58
B. Keterbatasan Penelitian 59
C. Saran 59
DAFTAR PUSTAKA 60
LAMPIRAN 63

DAFTAR TABEL

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu 20
3.1. Indikator Penelitian Variabel Motif Belanja Hedonik 32
3.2. Indikator Penelitian Variabel Gaya Hidup Berbelanja 33
3.3. Indikator Penelitian Variabel Pembelian Impulsif 34
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 40
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 41
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 42
4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 43
4.5. Hasil *Pretest* Uji Validitas Item-Item Pernyataan Variabel Penelitian 44
4.6. Hasil *Pretest* Uji Reliabilitas Item-Item Pernyataan Variabel Penelitian 45
4.7. Hasil Uji Validitas Item-Item Pernyataan Variabel Penelitian 46
4.8. Hasil Uji Reliabilitas Item-Item Pernyataan Variabel Penelitian 47
4.9. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana H1 48
4.10. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana H2 49
4.11. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana H3 50

DAFTAR GAMBAR

2.1. Model Penelitian 28
4.1. Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)..... 52

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian 64

2. Karakteristik Responden. 68

2.1. Jenis Kelamin Responden 68

2.2. Usia Responden. 68

2.3. Pekerjaan Responden. 68

2.4. Pendapatan atau Uang Saku Responden. 69

3. Hasil Uji Validitas……70

3.1. *Pretest* Variabel Motif Belanja Hedonik ..... .70

3.2. *Pretest* Variabel Gaya Hidup Berbelanja. 71

3.3. *Pretest* Variabel Pembelian Impulsif. 72

3.4. Variabel Motif Belanja Hedonik ..... .73

3.5. Variabel Gaya Hidup Berbelanja. 74

3.6. Variabel Pembelian Impulsif 75

4. Hasil Uji Reliabilitas……76

4.1. *Pretest* Variabel Motif Belanja Hedonik ..... .76

4.2. *Pretest* Variabel Gaya Hidup Berbelanja. 76

4.3. *Pretest* Variabel Pembelian Impulsif. 76

4.4. Variabel Motif Belanja Hedonik ..... .77

4.5. Variabel Gaya Hidup Berbelanja. 77

4.6. Variabel Pembelian Impulsif 77

5. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana. 78

5.1. Hipotesis 1 ..... .78

5.2. Hipotesis 2. 79

5.3. Hipotesis 3. 80

6. Surat Ijin Penelitian. 81

7. Hasil Cek Turnitin. 82