

**PENGARUH *HEDONIST SHOPPING MOTIVATION*  
TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA MATAHARI  
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**



**OLEH:  
JASSICA VIVIANA  
3103013082**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA  
2017**

**HALAMAN JUDUL**

**PENGARUH *HEDONIST SHOPPING MOTIVATION* TERHADAP  
*IMPULSIVE BUYING* PADA MATAHARI TUNJUNGAN PLAZA  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen

Oleh:

JASSICA VIVIANA

3103013082

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA

2017

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *HEDONIST SHOPPING MOTIVATION* TERHADAP  
*IMPULSIVE BUYING* PADA MATAHARI TUNJUNGAN PLAZA  
SURABAYA**

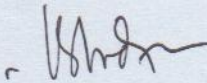
Oleh:

**JASSICA VIVIANA**

**3103013082**

Telah disetujui dan diterima dengan baik  
untuk diajukan kepada Tim Penguji

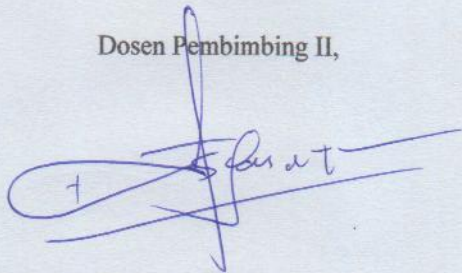
Dosen Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si

Tanggal: 11/7/17

Dosen Pembimbing II,



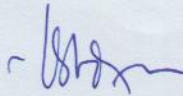
A.Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si

Tanggal: 12/7/17

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Jassica Viviana, NRP 3103013082 telah diuji pada tanggal 25 JULI 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M. Si

NIK. 311.95.0228

Mengetahui:

Dekan Fakultas Bisnis,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., AK., CA.

NIK.321.99.0370



Robertus Sigit Haribowo

Lukito, SE.M.Sc.

NIK. 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN  
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jassica Viviana

NRP : 3103013082

Judul Skripsi : Pengaruh *Hedonist Shopping Motivation* Terhadap *Impulsive Buying* Pada Matahari Tunjungan Plaza Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui apabila karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Univesitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Dengan demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Juli 2017...

Yang menyatakan,



Jassica Viviana

## **KATA PENGANTAR**

Puji serta Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena berkat kasih dan segala penyertaanNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si selaku dosen pembimbing I Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah berkenan untuk meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan, serta sabar dalam memberikan segala masukan saran yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Bapak A.Y.Yan Wellyan Toni Pura, SE., M.Si selaku dosen pembimbing II Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah berkenan untuk meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan, serta sabar dalam memberikan segala masukan saran yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen, khususnya Bapak dan Ibu dosen rumpun Manajemen Ritel yang telah membimbing dan memberikan segala ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
6. Keluargaku tercinta, Papa dan juga Mama yang tidak pernah lelah dalam memberikan semangat dan doa yang tulus kepada penulis, sehingga penulis dapat berjuang hingga titik akhir untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Teman-teman kuliah saya yang selalu memberikan semangat, dan dukungan kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis juga menyadari, bahwa penyusunan dan penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan bisa menambah wawasan pengetahuan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya,.....

Jassica Viviana

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Permasalahan .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b> .....	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 <i>Impulsif Buying</i> .....	10
2.2.2 <i>Hedonsit Shopping Motivation</i> .....	12
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	16
2.3.1 Pengaruh <i>adventure shopping</i> terhadap <i>impulsive buying</i> .....	16



2.3.2	Pengaruh Antara <i>Social Shopping</i> Dengan <i>Impulsive Buying</i> .....	17
2.3.3	Pengaruh Antara <i>Grafication Shopping</i> Dengan <i>Impulsive Buying</i> .....	18
2.3.4	Pengaruh Antara <i>Idea Shopping</i> Dengan <i>Impulsive Buying</i> .....	18
2.3.5	Pengaruh Antara <i>Role Shopping</i> Dengan <i>Impulsive Buying</i> .....	18
2.3.6	Pengaruh Antara <i>Value Shopping</i> Dengan <i>Impulsive Buying</i> .....	19
2.4	Kerangka Konseptual .....	20
2.5	Hipotesis.....	20
<b>BAB 3</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	21
3.2	Identifikasi Variabel.....	21
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	22
3.3.1	<i>Impulsive Buying</i> .....	22
3.3.2	<i>Hedonist Shopping</i> .....	23
3.4	Jenis dan Sumber Data .....	25
3.5	Teknik Pengukuran Data.....	26
3.6	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	27
3.6.1	Populasi Penelitian.....	27
3.6.2	Sampel Penelitian.....	27
3.6.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	27
3.7	Alat dan Metode Pengukuran Data.....	28
3.8	Teknik Analisis Data.....	29
3.8.1	Uji Validitas .....	29
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	30

3.10 Pengujian Regresi Berganda.....	30
3.11 Pengujian Koefisien Determinasi.....	31
3.12 Uji Hipotesis .....	32
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1 Karakteristik Responden.....	35
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
4.1.2 Berdasarkan Usia.....	36
4.1.3 Berdasarkan Pekerjaan .....	37
4.1.4 Berdasarkan Pendapatan .....	38
4.2 Statistik Deskriptif .....	39
4.3 Pengujian Data Penelitian .....	49
4.3.1 Uji Validitas .....	49
4.3.2 Reliabilitas Jawaban Responden .....	52
4.4 Output Regresi Linier.....	54
4.5 Pembahasan.....	56
4.5.1 Pengaruh Pengaruh <i>adventure shopping</i> terhadap <i>impulsive buying</i> .....	56
4.5.2 Pengaruh Antara <i>Social Shopping</i> Dengan <i>Impulsive Buying</i> .....	57
4.5.3 Pengaruh Antara <i>Grafication Shopping</i> Dengan <i>Impulsive Buying</i> .....	58
4.5.4 Pengaruh Antara <i>Idea Shopping</i> Dengan <i>Impulsive Buying</i> .....	59
4.5.5 Pengaruh Antara <i>Role Shopping</i> Dengan <i>Impulsive Buying</i> .....	60
4.5.6 Pengaruh Antara <i>Value Shopping</i> Dengan <i>Impulsive Buying</i> .....	61

<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>63</b>
5.1 Simpulan .....	63
5.2 Saran .....	64
5.2.1 Saran Praktis .....	64
5.2.2 Saran Akademis .....	65

**DAFTAR KEPUSTAKAAN**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Survei BPS Perekonomian Indonesia 2015.....	4
Tabel 1.2 Grafik top produk offline vs online .....	5
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dan Penelitian Saat Ini ..9	
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	37
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	38
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Adventure Shopping</i> di Matahari Kota Surabaya .....	40
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Shopping</i> di Matahari Kota Surabaya .....	42
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Grafication Shopping</i> di Matahari Kota Surabaya.....	43
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Idea Shopping</i> di Matahari Kota Surabaya .....	44
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Role Shopping</i> di Matahari Kota Surabaya .....	46
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Value Shopping</i> di Matahari Kota Surabaya .....	47
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Impulsive Buying</i> di Matahari Kota Surabaya .....	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas .....	49
Tabel 4.13 Hasil Uji Reabilitas .....	53

Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi .....	54
Tabel 4.15 Hasil Uji T .....	55

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	20

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Output Pengolahan data Responden

Lampiran 3. Output Pengolahan Statistik Deskriptif

Lampiran 4. Output Pengolahan data uji Validitas

Lampiran 5. Output Pengolahan data uji Reliabilitas

Lampiran 6. Output Pengolahan data uji Koefisien Determinasi

Lampiran 7. Output Pengolahan data uji Hipotesis

**PENGARUH *HEDONIST SHOPPING MOTIVATION* TERHADAP  
*IMPULSIVE BUYING* PADA MATAHARI TUNJUNGAN PLAZA  
SURABAYA**

**ABSTRAK**

Dewasa ini banyak ritel modern yang menawarkan berbagai kebutuhan dan keinginan yang diperlukan konsumen yang didukung fasilitas serta promosi yang menarik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Hedonist Shopping Motivation* Terhadap *Impulsive Buying* Pada Matahari Tunjungan Plaza Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Tiap responden tersebut merupakan agen mahasiswa yang pernah berbelanja di Matahari Tunjungan Plaza Surabaya. Data dikumpulkan melalui alat bantu kuesioner dan selanjutnya diolah dengan teknik analisis *Regresi linier berganda* menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Hedonist Shopping Motivation* memiliki pengaruh positif dan signifikan, oleh karena itu seluruh hipotesis didukung.

Kata Kunci: *Hedonist Shopping Motivation, Impulsive Buying.*



**THE INFLUENCE OF HEDONIST SHOPPING MOTIVATION ON  
IMPULSIVE BUYING IN MATAHARI TUNJUNGAN PLAZA  
SURABAYA**

**ABSTRACT**

*Many moderns retailers offer various needs and desires that consumers need that are supported with excellent facilities and promotions. This study aims to determine the influence of Hedonist Shopping Motivation against impulsive buying in Matahari Tunjungan Plaza Surabaya. This study is a causal study. Sampling technique used in this study is purposive sampling, with the number of samples 100 respondents. Each respondent is a student who had been shopping at Matahari Tunjungan Plaza Surabaya. Data were collected through questionnaire tool and then processed by multiple linear regression analysis technique using SPSS program. The results of this study indicate that Hedonist Shopping Motivation has a positive and significant influence, therefore the whole hypothesis is supported.*

*Keywords : Hedonist Shopping Motivation, Impulsive Buying.*