

**PENGARUH AVAILABILITY OF MONEY TERHADAP  
HEDONIC CONSUMPTION TENDENCY DAN IMPULSE  
BUYING GENERASI “Y” PADA PRODUK FASHION DI  
SOGO GALAXY MALL SURABAYA**

**SKRIPSI**



Oleh:  
ROBET LIMANTORO  
3103013061

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2017

**PENGARUH AVAILABILITY OF MONEY TERHADAP HEDONIC  
CONSUMPTION TENDENCY DAN IMPULSE BUYING GENERASI  
“Y” PADA PRODUK FASHION DI SOGO GALAXY MALL  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

**ROBET LIMANTORO**

3103013061

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA**

**2017**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH AVAILABILITY OF MONEY TERHADAP HEDONIC  
CONSUMPTION TENDENCY DAN IMPULSE BUYING GENERASI  
“Y” PADA PRODUK FASHION DI SOGO GALAXY MALL  
SURABAYA**

OLEH:

ROBET LIMANTORO

3103013061

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Veronika Rahmawati, SE.,M.Si

Tanggal: 13/17  
/ 7

Pembimbing II,



Ani Suhartatik, Dra. Ec., MM

Tanggal: 13/17  
/ 7

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Robet Limantoro NRP 3103013061 Telah di uji pada tanggal 28 Juli 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

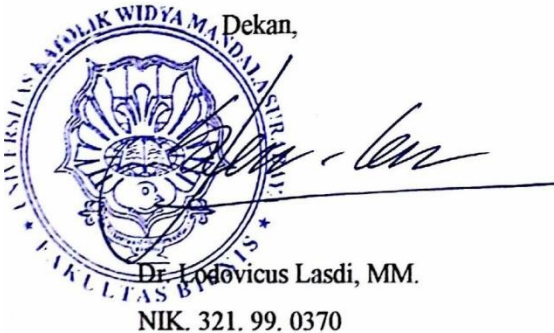
Ketua Tim Penguji,



Dr. Tuty Lindawati, SE., M.M

NIK. 311.97.0297

Mengetahui:



Dekan,  
Dr. Ludovicus Lasdi, MM.  
NIK. 321. 99. 0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc

NIK. 311. 11. 0678

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ROBET LIMANTORO

NRP : 3103013061

Judul : PENGARUH AVAILABILITY OF MONEY TERHADAP  
HEDONIC CONSUMPTION TENDENCY DAN IMPULSE  
BUYING GENERASI “Y” PADA PRODUK FASHION DI  
SOGO GALAXY MALL SURABAYA

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

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

Surabaya, 3 Agustus 2017  
menyatakan



(ROBET LIMANTORO)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan kelimpahan sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi ini. Laporan Tugas Akhir Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan Laporan Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh Karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, M.M selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Veronika Rahmawati, SE.,M.Si selaku dosen pembimbing I, dan Ibu Ani Suhartatik, Dra. Ec., MM selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan banyak saran dan nasehat untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Orang tua saya Bapak Lucky Limantoro dan Ibu Chatarina Sunur serta kakak-kakak saya yang telah memberi doa dan dukungan baik secara Moral maupun Materi selama saya kuliah di Universitas Katolik Widya mandala Surabaya.
5. Teman-teman grup CORM ( *Comunity of Retail Management*) dan Bimbingan Skripsi yang telah membantu dalam memberikan informasi mengenai jadwal dan prosedur penulisan skripsi.

6. Rekan-rekan terdekat penulis (Lauda, Richard, Vincent, Devin, Sogo, Sam, Aji, Christianto, Lorenzo, Thomas) yang selalu memberikan motivasi dan doa agar segera menyelesaikan skripsi.
7. Asisten lab yang telah membantu dalam memberikan arahan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan, maka dari itu kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembacanya.

Surabaya, Agustus2017

Peneliti,

**(ROBET LIMANTORO)**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN</b>	
<b>PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1. <i>TRA (Theory of Reasoned Action)</i> .....	10
2.2.2. <i>Impulse Buying</i> .....	13
2.2.3. <i>Hedonic Consumption Tendency</i> .....	14
2.2.4. <i>Fashion Involvement</i> .....	16
2.2.5. <i>Availability of Money</i> .....	17



2.3 Hubungan antar Variabel .....	18
2.3.1. Pengaruh <i>availability of money</i> dengan <i>impulse buying</i> .....	18
2.3.2. Pengaruh <i>availability of money</i> dengan <i>hedonic consumption tendency</i> .....	19
2.3.3. Pengaruh <i>fashion involvement</i> dengan <i>impulse buying</i> .....	19
2.3.4. Pengaruh <i>fashion involvement</i> terhadap <i>hedonic consumption tendency</i> .....	19
2.3.5. Pengaruh <i>hedonic consumption tendency</i> terhadap <i>impulse buying</i> .....	20
2.4 Model Penelitian .....	20
2.5 Hipotesis .....	21
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	<b>22</b>
3.1 Desain Penelitian .....	22
3.2 Identifikasi Variabel.....	22
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	23
3.4 Pengukuran Variabel.....	24
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	25
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	26
3.8 Teknik Analisis Data.....	27
3.8.1. Uji Validitas .....	27
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	27
3.8.3. Uji Normalitas .....	28
3.8.4. Uji Kecocokan Model.....	28
3.8.5. Uji Kecocokan Model Struktural.....	30
3.8.6. Uji Hipotesis.....	31
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>32</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	32

4.2 Analisis Deskripsi Variabel Penelitian.....	34
4.2.1. Deskripsi variabel <i>Availability of Money</i> .....	35
4.2.2. Deskripsi variabel <i>Fashion Involvement</i> .....	35
4.2.3. Deskripsi variabel <i>Hedonic Consumption Tendency</i> .....	36
4.2.4. Deskripsi variabel <i>Impulse Buying</i> .....	37
4.3 Uji Asumsi <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) .....	38
4.3.1. Uji Normalitas .....	38
4.3.2. Uji Validitas .....	39
4.3.3. Uji Reabilitas.....	40
4.3.4. Uji Kecocokan Model.....	41
4.3.5. Uji Kecocokan Model Struktural.....	42
4.3.6. Uji Hipotesis.....	44
4.4 Pembahasan.....	45
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	51
5.1 Simpulan .....	51
5.2 Saran .....	52
5.2.1 Saran Akademis .....	52
5.2.2 Saran Praktis .....	52
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN</b> .....	53
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang .....9
Tabel 3.1	Ringkasan <i>Goodness of Fit</i> .....29
Tabel 4.1	Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....32
Tabel 4.2	Identifikasi Responden Berdasarkan Usia .....33
Tabel 4.3	Identifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan .....33
Tabel 4.4	Pengeluaran Untuk pembelian .....34
Tabel 4.5	Kategori Rata-rata Jawaban Responden .....34
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel <i>Availability of Money</i> .....35
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel <i>Fashion Involvement</i> .....36
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel <i>Hedonic Consumption Tendency</i> .....36
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Variabel <i>Impulse Buying</i> .....37
Tabel 4.10	Tabel Pengujian Normalitas Univariat .....38
Tabel 4.11	Tabel Pengujian Normalitas Multivariat .....39
Tabel 4.12	Tabel Uji Validitas .....40
Tabel 4.13	Tabel Uji Reabilitas .....41
Tabel 4.14	Tabel Uji Kecocokan Model.....41
Tabel 4.15	<i>Structural Equalitions</i> .....42
Tabel 4.16	Tabel Uji Hipotesis.....44

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1	Model <i>Theory of Reasoned Action</i> ..... 12
Gambar 2.2	Model Penelitian..... 21

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Identifikasi Responden

Lampiran 3 : Data Jawaban Responden

Lampiran 4 : Pengolahan Data Mean Dan Standartd Deviasi

Lampiran 5 : Uji Normalitas

Lampiran 6 : Uji Validitas Pada Diagram Path Estimate

Lampiran 7 : Uji Realibilitas

Lampiran 8 : Goodness Of Fit Statistics

Lampiran 9 : Persamaan Structural

Lampiran10: Syntax

**PENGARUH AVAILABILITY OF MONEY TERHADAP HEDONIC  
CONSUMPTION TENDENCY DAN IMPULSE BUYING GENERASI  
“Y” PADA PRODUK FASHION DI SOGO GALAXY MALL  
SURABAYA**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Availability Of Money*, *Fashion Involvement*, *Hedonic Consumption Tendency* terhadap *Impulse Buying*. Objek penelitian ini adalah konsumen bergenerasi “Y” atau *millennial* pada *Sogo Department Store Galaxy Mall Surabaya*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Objek dari penelitian ini adalah konsumen generasi Y yang lahir di awal tahun 1980-an dan 2000-an, dan pernah berbelanja pada *Sogo Department Store Galaxy Mall Surabaya*, dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden. Hasil Penelitian ini dapat disimpulkan: (1) *Availability of Money* berpengaruh positif terhadap *Impulse Buying*, (2) *Availability of Money* berpengaruh positif terhadap *Hedonic Consumption Tendency*, (3) *Fashion Involvement* berpengaruh positif terhadap *Impulse Buying*, (4) *Fashion Involvement* berpengaruh positif terhadap *Hedonic Consumption Tendency*, (5) *Hedonic Consumption Tendency* berpengaruh positif terhadap *Impulse Buying*.

**Kata Kunci** : *Availability Of Money, Fashion Involvement, Hedonic Consumption Tendency, Impulse Buying*

**EFFECT OF AVAILABILITY OF MONEY ON HEDONIC  
CONSUMPTION TENDENCY AND IMPULSE BUYING  
GENERATION "Y" ON FASHION PRODUCTS IN SOGO GALAXY  
MALL SURABAYA**

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of Availability Of Money, Fashion Involvement, Hedonic Consumption Tendency to Impulse Buying. The object of this research is consumer generated "Y" or millennial at Sogo Department Store Galaxy Mall Surabaya. This research uses Structural Equation Modeling (SEM) analysis technique. The object of this research is the Y-generation consumers who were born in the early 1980s and 2000s, and had been shopping at Sogo Department Store Galaxy Mall Surabaya, with a total sample of 120 respondents. The result of this research can be concluded: (1) Availability of Money have positive effect on Impulse Buying, (2) Availability of Money have positive effect on Hedonic Consumption Tendency, (3) Fashion Involvement have positive effect on Impulse Buying, (4) Fashion Involvement have positive effect to Hedonic Consumption Tendency, (5) Hedonic Consumption Tendency has a positive effect on Impulse Buying.*

**Key Words : Availability Of Money, Fashion Involvement, Hedonic Consumption Tendency, Impulse Buying**