

Konsentrasi/Bidang/Minat:
Ritel

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *FASHION INVOLVEMENT*,
PRE-DECISION STAGE, *POST-DECISION STAGE* TERHADAP
IMPULSE BUYING BEHAVIOR KONSUMEN DI SOGO
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**



OLEH:

SHERLY OCTAVIA

3103007091

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2011**

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT,*
PRE-DECISION STAGE, POST-DECISION STAGE TERHADAP
IMPULSE BUYING BEHAVIOR KONSUMEN DI SOGO
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

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

OLEH:
SHERLY OCTAVIA
3103007091

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2011

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR SKRIPSI

PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT, PRE-DECISION STAGE, POST-DECISION STAGE* TERHADAP *IMPULSE BUYING BEHAVIOR* KONSUMEN DI SOGO TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Oleh:

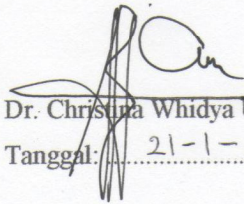
SHERLY OCTAVIA

3103007091

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

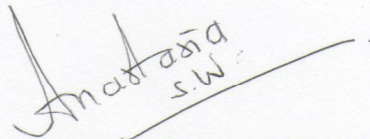
Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Christina Whidya Utami, MM

Tanggal: 21-1-2011



Anastasia Septa Wulandari, SE., M.Si

Tanggal: 21-1-2011

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Sherly Octavia NRP 3103007091, telah diuji pada tanggal 10 Februari 2011 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dr. Christina Whitdya Utami, MM

Mengetahui,

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Christina Whitdya Utami, MM

NIK. 311.92.0185



Drs. EC Julius Koesworo, MM

NIK. 311.89.0152

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sherly Octavia

NRP : 3103007091

Judul Skripsi : Pengaruh *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Pre-Decision Stage, Post-Decision Stage* terhadap *Impulse Buying Behavior* Konsumen di SOGO Tunjungan Plaza Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi 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.

Surabaya,

Yang menyatakan



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kuasa, kemurahan dan kasih karuniaNya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Pre-Decision Stage, Post-Decision Stage* terhadap *Impulse Buying Behavior* Konsumen di SOGO Tunjungan Plaza Surabaya”, ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga antara lain untuk:

1. Ibu Dr. Chr. Whidya Utami, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala dan dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini;
2. Bapak Drs. Ec. Julius Koesworo, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala.
3. Ibu Anastasia Septa Wulandari, SE., M.Si, selaku dosen pembimbing 2 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini;

4. Semua Bapak/Ibu dosen Fakultas Bisnis jurusan manajemen yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini;
5. *Special thanks for my parents* yang dengan penuh cinta kasih memberikan dukungan baik materiil maupun spiritual, mendoakan kelancaran skripsi ini hingga selesai tepat pada waktu. Terima kasih yang mendalam atas kesempatan menempuh studi S-1.
6. Teman-teman yang telah memberikan dukungan selama kuliah sampai saat ini dan telah menjadi teman terbaik, serta teman-teman yang telah membantu dalam penulisan tugas akhir ini;
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan secara terperinci namun memiliki andil besar dalam penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak guna pengembangan selanjutnya.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Januari 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Sistematika Skripsi	4
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	6
2.1. Penelitian Terdahulu	6
2.2. Landasan Teori	7
2.2.1. <i>Shopping Lifestyle</i>	7
2.2.2. <i>Fashion Involvement</i>	10
2.2.3. <i>Pre-Decision Stage</i> dan <i>Post-Decision Stage</i>	12
2.2.4. <i>Impulse Buying Behavior</i>	13
2.3. Hubungan antar Variabel	18
2.4. Kerangka Teoritis	20
2.5. Hipotesis	21
BAB 3. METODE PENELITIAN	22
3.1. Desain Penelitian	22

3.2. Identifikasi Variabel	22
3.3. Definisi Operasional	23
3.4. Jenis dan Sumber Data	25
3.5. Alat dan Metode Pengumpulan Data	26
3.6. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	26
3.7. Teknik Analisis Data	27
3.7.1. Uji Validitas	27
3.7.2. Uji Reliabilitas	27
3.7.3. Uji Asumsi Klasik	27
3.7.4. Analisis Regresi	29
BAB 4. ANALISIS DATA	32
4.1. Karakteristik Responden	32
4.1.1. Berdasarkan Jenis Kelamin	32
4.1.2. Berdasarkan Usia	32
4.1.3. Berdasarkan Tingkat Pendidikan	33
4.1.4. Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Tiap Bulan	34
4.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	35
4.2.1. Hasil Uji Validitas	35
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas	36
4.3. Analisis Data	36
4.3.1. Uji Asumsi Klasik	36
4.3.2. Analisis Regresi	41
4.4. Pembahasan	44
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	48
5.1. Simpulan	48
5.2. Saran	49
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	7
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	33
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran	34
Tabel 4.5. Hasil Pengujian Validitas	35
Tabel 4.6. Hasil Pengujian Reliabilitas	36
Tabel 4.7. Uji Normalitas	37
Tabel 4.8. Uji Durbin Watson	38
Tabel 4.9. Uji Multikoleniaritas VIF	39
Tabel 4.10. Uji Kolerasi	39
Tabel 4.11. Uji Heteroskedatisitas Glejser	41
Tabel 4.12. Hubungan antara <i>Shopping Lifestyle</i> , <i>Fashion Involvement</i> , <i>Pre-Decision Stage</i> dan <i>Post-Decision Stage</i> terhadap <i>Impulse Buying Behavior</i>	42

DAFTAR GAMBAR

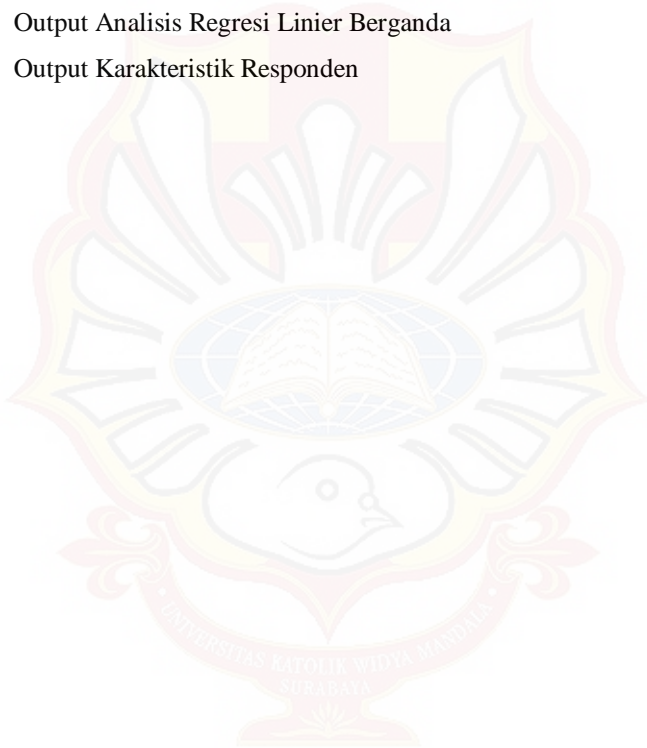
	Halaman
Gambar 2.4. Kerangka Teoritis	20



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor

1. Kuesioner
2. Output Uji Validitas
3. Output Uji Reliabilitas
4. Output Analisis Regresi Linier Berganda
5. Output Karakteristik Responden



ABSTRAK

Pergi ke pusat perbelanjaan atau *mall* sudah menjadi agenda rutin masyarakat, terutama di kota-kota besar. SOGO *department store* merupakan salah satu *department store* yang ramai dikunjungi masyarakat Surabaya. Sembilan orang dari sepuluh konsumen melakukan pembelian secara *impulsive*. Pembelian *impulsive* adalah kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian secara spontan, tidak terefleksi, secara terburu-buru, dan didorong oleh aspek psikologis emosional terhadap suatu produk dan tergoda oleh persuasi dari pemasar. Dalam penelitian ini kami melakukan penelitian akan pengaruh *shopping lifestyle, fashion involvement, pre-decision stage, post-decision stage*, terhadap *impulse buying behavior* konsumen di SOGO Tunjungan Plaza Surabaya.

Pada penelitian ini yang dipakai adalah penelitian konklusif pada studi *experimental* atau *causal research*. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *non probability sampling*. Jenis metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel yang digunakan berjumlah 100 orang konsumen SOGO Tunjungan Plaza Surabaya. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa *shopping lifestyle, fashion involvement, dan pre decision stage* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *impulse buying behavior* konsumen untuk berbelanja di SOGO Tunjungan Plaza Surabaya, selain itu juga *post decision stage* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *impulse buying behavior* konsumen untuk berbelanja di SOGO Tunjungan Plaza Surabaya.

Kata Kunci: *shopping lifestyle, fashion involvement, pre decision stage, post decision stage, impulse buying behavior.*

THE EFFECT OF SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT,
PRE-DECISION STAGE, POST-DECISION STAGE ON IMPULSE
BUYING BEHAVIOR OF CONSUMERS IN SOGO TUNJUNGAN
PLAZA SURABAYA

ABSTRACT

Go to the shopping center or mall has become a regular agenda of society, especially in big cities. SOGO department store is one of the department store is crowded with visitors Surabaya. Nine persons out of ten consumers make purchases impulsively. Impulsive purchase is the tendency of consumers to make purchases spontaneously, not reflected, in a hurry, and driven by emotional psychological aspects of a product and tempted by persuasi of marketers. In this study we are conducting research of the influence of shopping lifestyle, fashion involvement, pre-decision stage, post-decision stage, on impulse buying behavior of consumers in SOGO Tunjungan Plaza Surabaya.

In this research used is conclusive research on experimental studies or causal research. Sampling technique used was non-probability sampling. Type of method used was purposive sampling. The sample used was 100 people Tunjungan Plaza Surabaya SOGO consumer. Data was collected using questionnaires. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this analysis indicate that shopping lifestyle, fashion involvement, and pre-decision stage has a significant influence on impulse buying behavior of consumers to shop at SOGO Tunjungan Plaza Surabaya, while also post-decision stages have no significant influence on impulse buying behavior of consumers to shop at SOGO Tunjungan Plaza Surabaya.

Keywords: *shopping lifestyle, fashion involvement, pre decision stage, post decision stage, impulse buying behavior.*