

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING VALUE*, *SHOPPING LIFESTYLE*
DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
(STUDI PADA KONSUMEN H&M DI YOGYAKARTA)**

SKRIPSI

**Diajukan guna memenuhi persyaratan
untuk memperoleh derajat Sarjana
Program Studi Manajemen**



Diajukan oleh:

Ikhsan Fendi Hatma Putra

No. Mhs. 111901390

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING VALUE, SHOPPING LIFESTYLE*
DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
(STUDI PADA KONSUMEN H&M DI YOGYAKARTA)**

Diajukan oleh:

Ikhsan Fendi Hatma Putra

No. Mhs. 111901390

Yogyakarta, 15 Juli 2023

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Dra. Ralina Transistari, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING VALUE*, *SHOPPING LIFESTYLE*
DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
(STUDI PADA KONSUMEN H&M DI YOGYAKARTA)**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji
Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta
tanggal 28 Juli 2023

Yang terdiri atas:

Ketua



Dr. Yunita Anggarini, M.Si.

Anggota



Dra. Ralina Transistari, M.Si.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: *PENGARUH HEDONIC SHOPPING VALUE, SHOPPING LIFESTYLE DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP IMPULSE BUYING (STUDI PADA KONSUMEN H&M DI YOGYAKARTA)* dan diajukan untuk diuji pada tanggal 28 Juli 2023 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang seolah-olah saya akui sebagai tulisan sendiri atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut, baik sengaja maupun tidak disengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya nyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain, maka gelar sarjana dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 28 Juli 2023
Yang memberi pernyataan



Ikhsan Fendi Hatma Putra

Saksi 1, sebagai pembimbing dan merangkap sebagai anggota penguji:

Dra. Ralina Transistari, M.Si

Saksi 2, sebagai ketua dosen penguji skripsi:

Dr. Yunita Anggarini, M.Si

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil 'aalamiin puji syukur panjatkan kehadirat Allah SWT yang selalu melindungi, mencurahkan rahmat, dan hidayah-nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul “PENGARUH *HEDONIC SHOPPING VALUE, SHOPPING LIFESTYLE DAN PRODUCT QUALITY* TERHADAP *IMPULSE BUYING* (STUDI PADA KONSUMEN H&M DI YOGYAKARTA“ dengan baik.

Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk memenuhi sebagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana manajemen strata satu (S1) di Kampus Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta. Sebagaimana layaknya karya ilmiah manusia tentunya tidak lepas dari banyaknya kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan dorongan, kritik dan saran dari semua pihak untuk menyempurnakan penulisan dan penelitian ini di masa yang akan datang.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini menyampaikan rasa terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Allah SWT
2. Dra. Ralina Transistari, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, masukan dan saran selama menyusun Skripsi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi.
3. Bapak Dr. Suparmono, M.Si. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.
4. Bapak, Ibu dan keluarga dirumah yang selalu memberikan cinta, kasih

sayang, doa serta menjadi motivasi bagi saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

5. Teman-teman saya yang sudah memberikan dukungan, semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh tim dosen dan karyawan STIM YKPN Yogyakarta yang telah mendidik dan memberikan pelayanan terbaik kepada penulis.

Peneliti sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti mohon maaf. Peneliti berharap semoga tulisan dan penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Yogyakarta, 30 Juli 2023

Penulis

Ikhsan Fendi Hatma Putra

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *hedonic shopping value*, *shopping lifestyle* dan *product quality* terhadap *impulse buying* pada konsumen H&M di Yogyakarta. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan minimal tiga kali pembelian produk H&M di Yogyakarta dan telah berusia minimal 18 tahun. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer yang diperoleh berdasarkan penyebaran kuesioner kepada 120 responden melalui Google form. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *hedonic shopping value* berpengaruh positif terhadap *impulse buying* pada konsumen H&M di Yogyakarta, *shopping lifestyle* berpengaruh positif terhadap *impulse buying* pada konsumen H&M di Yogyakarta dan *product quality* tidak berpengaruh terhadap *impulse buying* pada konsumen H&M di Yogyakarta.

Kata Kunci : *hedonic shopping value*, *shopping lifestyle*, *product quality* dan *impulse buying*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of hedonic shopping value, shopping lifestyle and product quality on impulse buying among H&M consumers in Yogyakarta. The population of this study are consumers who have purchased at least three times H&M products in Yogyakarta and are at least 18 years old. Sampling was done by purposive sampling technique. This study uses primary data. Primary data obtained by distributing questionnaires to 120 respondents via the Google form. The data analysis technique used is multiple linear analysis. The results of this study indicate that hedonic shopping value has a positive effect on impulse buying for H&M consumers in Yogyakarta, shopping lifestyle has a positive effect on impulse buying for H&M consumers in Yogyakarta and product quality has no effect on impulse buying for H&M consumers in Yogyakarta.

Keywords : hedonic shopping value, shopping lifestyle, product quality and impulse buying

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| JUDUL | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 7 |
| C. Batasan Masalah | 7 |
| D. Tujuan Penelitian | 8 |
| E. Manfaat Penelitian | 8 |
| BAB II LANDASAN TEORI DAN RUMUSAN HIPOTESIS | 9 |
| A. Landasan Teori | 9 |
| 1. <i>Hedonic Shopping Value</i> | 9 |
| 2. <i>Shopping Lifestyle</i> | 10 |
| 3. <i>Product Quality</i> | 12 |
| 4. <i>Impulse Buying</i> | 14 |
| B. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian dan Perumusan Hipotesis 15 | |
| 1. Hubungan <i>hedonic shopping value</i> dengan <i>impulse buying</i> | 15 |
| 2. Hubungan <i>shopping lifestyle</i> dengan <i>impulse buying</i> | 16 |

| | |
|---|----|
| 3. Hubungan <i>product quality</i> dengan <i>impulse buying</i> | 17 |
| C. Penelitian Terdahulu | 19 |
| D. Kerangka Penelitian | 20 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 21 |
| A. Definisi Konsep | 21 |
| 1) <i>Hedonic Shopping Value</i> | 21 |
| 2) <i>Shopping Lifestyle</i> | 21 |
| 3) <i>Product Quality</i> | 21 |
| 4) <i>Impulse Buying</i> | 21 |
| B. Definisi Operasional | 22 |
| 1. Variabel bebas | 22 |
| 2. Variabel Terikat | 23 |
| C. Jenis Penelitian | 24 |
| D. Jenis dan Sumber Data | 24 |
| 1. Data Primer | 24 |
| E. Populasi dan Sampel | 25 |
| 1. Populasi | 25 |
| 2. Sampel | 25 |
| F. Obyek dan Subyek Penelitian | 26 |
| 1. Obyek penelitian | 26 |
| 2. Subyek penelitian | 27 |
| G. Metode Pengumpulan Data | 27 |
| H. Metode Analisis Data | 27 |
| 1. Uji Instrumen | 27 |
| 2. Uji Asumsi Dasar | 28 |
| 3. Uji Asumsi Klasik | 29 |
| 4. Analisis Regresi Linear Berganda | 30 |
| 5. Uji Hipotesis | 31 |
| 6. Uji <i>Goodness of Fit</i> (Uji F) | 31 |
| 7. Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>) | 31 |

| | |
|--|-----------|
| BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA | 33 |
| A. Gambaran Umum Perusahaan | 33 |
| 1. Profil H&M | 33 |
| 2. Produk H&M | 34 |
| B. Analisis Data | 35 |
| 1. Karakteristik responden | 35 |
| C. Uji Instrumen Penelitian | 36 |
| 1. Uji Validitas | 36 |
| 2. Uji Reliabilitas | 38 |
| D. Uji Asumsi Dasar | 39 |
| 1. Uji Normalitas | 39 |
| E. Uji Asumsi Klasik | 40 |
| 1. Uji Multikolinearitas | 40 |
| 2. Uji Heterokedatisitas | 41 |
| F. Uji F (<i>Goodness of Fit</i>) | 43 |
| G. Analisis Linear Berganda | 43 |
| H. Uji Hipotesis | 45 |
| 1. Uji t (Parsial) | 45 |
| I. Uji Koefisien Determinasi (R²) | 47 |
| J. Pembahasan | 48 |
| BAB V KESIMPULAN | 52 |
| A. Kesimpulan | 52 |
| B. Saran | 52 |
| DAFTAR PUSTAKA | 54 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu | 19 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden..... | 35 |
| Tabel 4.2 Uji Validitas | 37 |
| Tabel 4.3 Uji Reliabilitas | 38 |
| Tabel 4.4 Uji Normalitas..... | 40 |
| Tabel 4.5 Uji Multikolinearitas | 41 |
| Tabel 4.6 Uji Heterokedastisitas..... | 42 |
| Tabel 4.7 Uji F..... | 43 |
| Tabel 4.8 Uji Analisis Linear Berganda..... | 44 |
| Tabel 4.9 Uji t..... | 46 |
| Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi | 47 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 <i>Brand Fashion</i> Favorit..... | 2 |
| Gambar 4.1 Logo H&M..... | 34 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian | 58 |
| Lampiran 2 Hasil Kuesioner..... | 65 |
| Lampiran 3 Hasil Uji Validitas..... | 78 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas | 87 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas | 88 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Multikolinearitas | 89 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Heterokedastisitas | 89 |
| Lampiran 8 Hasil Uji F | 90 |
| Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Linear Berganda | 90 |
| Lampiran 10 Hasil Uji t | 91 |
| Lampiran 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi..... | 91 |

