



***IMPULSE BUYING* PADA PRODUK MEREK *H&M*  
DI PONDOK INDAH MALL JAKARTA SELATAN**

**SKRIPSI**

**DWI YUNI ANGGRAINI**

**1410111146**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**2018**



***IMPULSE BUYING* PADA PRODUK MEREK *H&M*  
DI PONDOK INDAH MALL JAKARTA SELATAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi**

**DWI YUNI ANGGRAINI**

**1410111146**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**2018**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Dwi Yuni Anggraini

NIM. : 1410111146

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 28 Juni 2018

Yang Menyatakan



Dwi Yuni Anggraini

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dwi Yuni Anggraini  
NIM. : 1410111146  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen S1  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

### ***Impulse Buying* Pada Produk Merek H&M Di Pondok Indah Mall Jakarta**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, *mengalihmedia/formatkan*, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 28 Juni 2018

Yang Menyatakan,



Dwi Yuni Anggraini

## SKRIPSI

### ***IMPULSE BUYING* PADA PRODUK MEREK *H&M* DI PONDOK INDAH MALL JAKARTA SELATAN**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**DWI YUNI ANGGRAINI**  
1410111146

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada tanggal : 28 Juni 2018  
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

**Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M.**  
Ketua Penguji

**Dwi Siti Tjiptaningsih, S.E., M.M.**  
Penguji I

**Drs. Nobelson, M.M.**  
Penguji II (Pembimbing)



**Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., C.F.M.P.**  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Disahkan di Jakarta  
DEKAN

Pada Tanggal : 28 Juni 2018

**Wahyudi, S.E., M.M.**  
Ketua Program Studi Manajemen SI



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : [puskom@upnvj.ac.id](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2017/2018

Hari ini Kamis , tanggal 28 Juni 2018, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : DWI YUNI ANGGRAINI

No.Pokok Mahasiswa : 1410111146

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Impulse Buying Pada Produk Merek H&M Di Pondok Indah Mall Jakarta Selatan**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* \*)

#### Penguji

| No | Dosen Penguji                  | Jabatan        | Tanda Tangan |
|----|--------------------------------|----------------|--------------|
| 1  | Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM    | Ketua          | 1. ....      |
| 2  | Dwi Siti Tjiptaningsih, SE, MM | Anggota I      | 2. ....      |
| 3  | Drs. Nobelson, MM              | Anggota II **) | 3. ....      |

#### Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 28 Juni 2018  
Mengesahkan  
A.n. DEKAN  
Kaprod. Manajemen S.1  
Wahyudi, SE, MM

# **IMPULSE BUYING ON BRAND H&M PRODUCT IN PONDOK INDAH MALL SOUTH JAKARTA**

**By**

**Dwi Yuni Anggraini**

## ***Abstract***

*This research is qualitative with quantified which aims to know the influence of hedonic shopping motives, shopping lifestyle, and fashion involvement toward impulse buying. Population in this research is visitor H&M Pondok Indah Mall South Jakarta. The sample size was taken by 75 respondents, with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was done through questionnaires. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square). The result of this study indicate that hedonic shopping motives have a significant effect on impulse buying with a value of 0,561. Shopping lifestyle has no significant effect on impulse buying with a value of 0,098. And fashion involvement has no significant effect on impulse buying with a value of -0,006. Variable of hedonic shopping motives have a dominant influence. And together hedonic shopping motives, shopping lifestyle, and fashion involvement contributed 36,70% and other factors of 63,30%.*

*Keywords: Hedonic Shopping Motives, Shopping Lifestyle, Fashion Involvement and Impulse Buying.*

# **IMPULSE BUYING PADA PRODUK MEREK H&M DI PONDOK INDAH MALL JAKARTA SELATAN**

Oleh

**Dwi Yuni Anggraini**

## **Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dikuantitatifkan bertujuan untuk mengetahui pengaruh *hedonic shopping motives*, *shopping lifestyle*, dan *fashion involvement* terhadap *impulse buying*. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung *outlet* H&M Pondok Indah Mall Jakarta Selatan. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 responden, dengan *metode non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *hedonic shopping motives* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* dengan nilai berpengaruh sebesar 0,561. *Shopping lifestyle* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* dengan nilai sebesar 0,098. Dan *Fashion involvement* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* dengan nilai sebesar -0,006. Variabel *hedonic shopping motives* memiliki pengaruh yang dominan. Dan secara bersama-sama *hedonic shopping motives*, *shopping lifestyle*, *fashion involvement* memberi kontribusi sebesar 36,70%, faktor lain sebesar 63,30%.

Kata kunci: *Hedonic Shopping Motives*, *Shopping Lifestyle*, *Fashion Involvement* dan *Impulse Buying*.



## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala karunia dan rahmat-Nya sehingga skripsi ini telah diselesaikan. Judul yang dipilih dalam skripsi ini adalah **“Impulse Buying Pada Produk Merek H&M Di Pondok Indah Mall Jakarta Selatan”**. Maka penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M, CFMP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Terima kasih kepada Bapak Drs. Nobelson, M.M, selaku dosen pembimbing I, Ibu Dra. Heni Nastiti, M.M, selaku dosen pembimbing II, Bapak Wahyudi, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Ibu Yuliniar, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing akademik, serta dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak memberikan kesempatan, arahan, dan saran yang bermanfaat bagi penulis.

Di samping itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Ayahanda Toyiban Hendro Triyono dan Ibu Wartiyah selaku kedua orang tercinta, Elly Wulandari dan Bagus Arfandi selaku kakak tercinta, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dorongan dan semangat baik secara materil maupun non-materil. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Dinda Shelma Alviana, Ahmad Syauqy, dan Made Satria Hendita yang telah bersedia menjadi sahabat seperjuangan dari semester satu. Dan kepada sahabat-sahabat penulis yang lain Meidy Sofyanti, Dwi Retno W, Nur Evi Y, Amelia Yunita, Nureza Puspa D, Diah R, dan Nuryanah yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat penulis.

Semoga skripsi ini bermanfaat.

Jakarta, 28 Juni 2018

Dwi Yuni Anggraini

## DAFTAR ISI

|                                                                                                        |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>HALAMAN SAMPUL</b> .....                                                                            | i         |
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                                                                             | ii        |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....                                                                   | iii       |
| <b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....                                                          | iv        |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....                                                                         | v         |
| <b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....                                                                | vi        |
| <b>ABSTRACT</b> .....                                                                                  | vii       |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                                                                   | viii      |
| <b>PRAKATA</b> .....                                                                                   | ix        |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                                                                | x         |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                                                              | xii       |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                                                             | xiii      |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                                                                           | xiv       |
| <br>                                                                                                   |           |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                                                                         | <b>1</b>  |
| I.1 Latar Belakang .....                                                                               | 1         |
| I.2 Rumusan Masalah .....                                                                              | 6         |
| I.3 Tujuan Penelitian.....                                                                             | 6         |
| I.4 Manfaat Penelitian.....                                                                            | 6         |
| <br>                                                                                                   |           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, MODEL PENELITIAN DAN HIPOTESIS</b> .....                                   | <b>8</b>  |
| II.1 Tinjauan Pustaka .....                                                                            | 8         |
| II.1.1 <i>Impulse Buying, Hedonic Shopping Motives, Shopping Lifestyle, Fashion Involvement.</i> ..... | 8         |
| II.1.1.1 <i>Impulse Buying</i> .....                                                                   | 11        |
| II.1.1.2 <i>Hedonic Shopping Motives</i> .....                                                         | 14        |
| II.1.1.3 <i>Shopping Lifestyle</i> .....                                                               | 16        |
| II.1.1.4 <i>Fashion Involvement</i> .....                                                              | 17        |
| II.1.2 <i>Impulse Buying dan Hedonic Shopping Motives</i> .....                                        | 19        |
| II.1.3 <i>Impulse Buying dan Shopping Lifetsyle</i> .....                                              | 20        |
| II.2 Model Penelitian .....                                                                            | 21        |
| II.3 Hipotesis.....                                                                                    | 22        |
| <br>                                                                                                   |           |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....                                                                 | <b>23</b> |
| III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....                                               | 23        |
| III.1.1 <i>Impulse Buying (Y)</i> .....                                                                | 23        |
| III.1.2 <i>Hedonic Shopping Motives (X<sub>1</sub>)</i> .....                                          | 23        |
| III.1.3 <i>Shopping Lifestyle (X<sub>2</sub>)</i> .....                                                | 23        |
| III.1.4 <i>Fashion Involvement (X<sub>3</sub>)</i> .....                                               | 24        |
| III.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel .....                                                       | 25        |
| III.2.1 Populasi .....                                                                                 | 25        |
| III.2.2 Sampel.....                                                                                    | 25        |
| III.3 Teknik Pengumpulan Data .....                                                                    | 26        |
| III.3.1 Jenis Data .....                                                                               | 26        |

|               |                                                                                                                 |           |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| III.3.2       | Sumber Data.....                                                                                                | 26        |
| III.3.3       | Pengumpulan Data .....                                                                                          | 27        |
| III.4         | Teknik Analisa Data dan Uji Hipotesis.....                                                                      | 28        |
| III.4.1       | Teknik Analisis Data.....                                                                                       | 29        |
| III.4.1.1     | Analisis Deskriptif.....                                                                                        | 29        |
| III.4.1.2     | Analisis Inferensial.....                                                                                       | 31        |
| III.4.2       | Uji Hipotesis.....                                                                                              | 34        |
| <b>BAB IV</b> | <b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                                                               | <b>36</b> |
| IV.1          | Deskripsi Objek Penelitian.....                                                                                 | 36        |
| IV.1.1        | Sejarah Hennes & Mauritz AB (H&M) .....                                                                         | 36        |
| IV.2          | Deskripsi Data .....                                                                                            | 37        |
| IV.2.1        | Deskripsi Data Responden .....                                                                                  | 37        |
| IV.2.2        | Analisis Data Deskriptif .....                                                                                  | 40        |
| IV.3          | Analisis Data dan Uji Hipotesis .....                                                                           | 45        |
| IV.3.1        | Uji Validitas dan Uji Reliabilitas PLS .....                                                                    | 45        |
| IV.3.1.1      | Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....                                                                   | 45        |
| IV.3.1.2      | Uji Validitas Konvergen ( <i>Convergent Validity</i> ).....                                                     | 47        |
| IV.3.1.3      | Uji Validitas Diskriminan ( <i>Discriminant Validity</i> ).....                                                 | 48        |
| IV.3.1.4      | Uji Reliabilitas PLS.....                                                                                       | 49        |
| IV.3.1.5      | Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....                                                                    | 50        |
| IV.3.1.6      | <i>R-Square</i> (seberapa besar variabel $X_1$ , $X_2$ , dan $X_3$ Mempunyai Pengaruh Terhadap variabel Y)..... | 50        |
| IV.3.1.7      | Uji t-statistik.....                                                                                            | 52        |
| IV.4          | Pembahasan.....                                                                                                 | 53        |
| IV.4.1        | Hubungan <i>Hedonic Shopping Motives</i> Dengan <i>Impulse Buying</i> ..                                        | 54        |
| IV.4.2        | Hubungan <i>Shopping Lifestyel</i> Dengan <i>Impulse Buying</i> .....                                           | 54        |
| IV.4.3        | Hubungan <i>Fashion Involvement</i> Dengan <i>Impulse Buying</i> .....                                          | 54        |
| IV.5          | Keterbatasan Penelitian .....                                                                                   | 55        |
| <b>BAB V</b>  | <b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                                                                 | <b>56</b> |
| V.1           | Simpulan.....                                                                                                   | 56        |
| V.2           | Saran.....                                                                                                      | 56        |
|               | <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                                     | <b>57</b> |
|               | <b>RIWAYAT HIDUP</b>                                                                                            |           |
|               | <b>LAMPIRAN</b>                                                                                                 |           |

## DAFTAR TABEL

|           |                                                                                      |    |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.  | Daftar Peringkat 10 Produk <i>Fashion</i> Paling Berharga.....                       | 3  |
| Tabel 2.  | Contoh Dimensi Gaya Hidup (AIO) pada Pengukuran<br>Psikografik .....                 | 17 |
| Tabel 3.  | Pengukuran Variabel .....                                                            | 24 |
| Tabel 4.  | Skala Likert .....                                                                   | 27 |
| Tabel 5.  | Kisi-kisi Instrumen .....                                                            | 28 |
| Tabel 6.  | Peringkat Jawaban Kuesioner .....                                                    | 30 |
| Tabel 7.  | Interpretasi Nilai Persentase Responden .....                                        | 31 |
| Tabel 8.  | Tingkat Reliabilitas berdasarkan Nilai <i>Alpha Cronbach</i> .....                   | 34 |
| Tabel 9.  | Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....                                   | 38 |
| Tabel 10. | Karakteristik Responden Menurut Usia .....                                           | 38 |
| Tabel 11. | Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....                                       | 39 |
| Tabel 12. | Karakteristik Responden Menurut Penghasilan Perbulan .....                           | 39 |
| Tabel 13. | Interpretasi Nilai Persentase Responden .....                                        | 40 |
| Tabel 14. | Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel .....                                      | 41 |
|           | <i>Hedonic Shopping Motives</i> .....                                                | 41 |
| Tabel 15. | Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Shopping Lifestyle</i>                  | 42 |
| Tabel 16. | Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Fashion</i><br><i>Involvement</i> ..... | 43 |
| Tabel 17. | Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Impulse Buying</i> ....                 | 44 |
| Tabel 18. | <i>Outer Loading Factor</i> .....                                                    | 47 |
| Tabel 19. | <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) .....                                        | 48 |
| Tabel 20. | <i>Composite Reliability</i> (CR).....                                               | 49 |
| Tabel 21. | <i>Cronbach's alpha</i> .....                                                        | 49 |
| Tabel 22. | Nilai <i>R Square</i> dan <i>R Square Adjusted</i> .....                             | 50 |
| Tabel 23. | Hasil Uji t-statistik .....                                                          | 52 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. Grafik Pendapatan Perkapita Indonesia .....                       | 3  |
| Gambar 2. Struktur Dasar Bisnis Ritel Jalur Distribusi Barang Dagangan .... | 9  |
| Gambar 3. Dinamika Proses Motivasi Kebutuhan.....                           | 15 |
| Gambar 4. Model Penelitian .....                                            | 22 |
| Gambar 5. Langkah Analisis PLS .....                                        | 29 |
| Gambar 6. Model Persamaan Struktural .....                                  | 32 |
| Gambar 7. Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....                     | 46 |
| Gambar 8. <i>Inner Model</i> .....                                          | 51 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2 Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Data Kuesioner 75 Responden
- Lampiran 5 Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6 Hasil Persepsi Responden Terhadap Variabel Penelitian
- Lampiran 7 Hasil Output Outer Model PLS
- Lampiran 8 Hasil Output Inner Model PLS
- Lampiran 9 Hasil Output Model PLS
- Lampiran 10 R Tabel dan T Tabel
- Lampiran 11 Surat Riset Fakultas
- Lampiran 12 Surat Riset Perusahaan H&M