



**PENGARUH KETERLIBATAN *FASHION* DAN GAYA HIDUP
BERBELANJA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF**

(Studi Terhadap Remaja dan Pemuda DKI Jakarta)

Oleh:

Nama : Graciella Tansah Gunawan

NIM : 28140231

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Maret 2018

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

**PENGARUH KETERLIBATAN *FASHION* DAN GAYA HIDUP BERBELANJA
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF
(Studi Terhadap Remaja dan Pemuda DKI Jakarta)**

Diajukan Oleh:

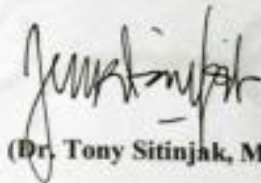
Nama : Graciella Tansah Gunawan

NIM : 28140231

Jakarta, 26 Maret 2018

Disetujui Oleh:

Pembimbing


(Dr. Tony Sitinjak, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2018

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Gracia Tansah Gunawan / 28140231 / 2018 / Pengaruh Keterlibatan Fashion dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Terhadap Remaja dan Pemuda DKI Jakarta) / Dosen Pembimbing: Dr. Tony Sitinjak, M.M.

Perubahan gaya hidup masyarakat yang kini semakin modern menjadi salah satu pemicu meningkatnya pembangunan mal atau *shopping centre*, hal ini juga berdampak pada terjadinya pembelian impulsif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keterlibatan *fashion* dan gaya hidup berbelanja terhadap pembelian impulsif yang terjadi pada kategori produk *fashion*. Dengan melakukan penelitian ini, dapat diketahui seberapa besar pengaruh keterlibatan *fashion* dan gaya hidup berbelanja terhadap pembelian impulsif dengan objek penelitian yaitu remaja dan pemuda DKI Jakarta. Melalui berbagai penelitian dan jurnal yang sebelumnya telah dilakukan peneliti lain, peneliti menyadari adanya pengaruh yang mempengaruhi terjadinya pembelian impulsif pada kategori produk *fashion*.

Fashion merupakan salah satu hal yang tidak dapat lepas dari kehidupan masyarakat modern. *Fashion* menciptakan identitas dan juga menunjukkan status sosial. Oleh sebab itu, masyarakat umumnya sangat memperhatikan penampilan dan produk yang mereka kenakan. Teori-teori yang dibahas antara lain mengenai perilaku konsumen, keterlibatan, *fashion*, gaya hidup berbelanja, dan pembelian impulsif.

Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah keterlibatan *fashion* dan gaya hidup berbelanja, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah pembelian impulsif. Untuk mengetahui hasil, digunakan metode analisis regresi, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinearitas.

Dalam mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan kuesioner dan wawancara, serta dari pustaka yang membahas topik sejenis. Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner dan wawancara kepada 160 responden remaja dan pemuda DKI Jakarta yang terdiri atas wanita dan pria dengan rentang usia 15 – 25 tahun yang berprofesi sebagai pelajar, mahasiswa, karyawan, *entrepreneur* dan *fashion blogger* dengan periode 2 bulan terhitung sejak November – Desember 2017.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan *fashion* dan gaya hidup berbelanja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Hasil penelitian hipotesis Keterlibatan Fashion terhadap Pembelian Impulsif diperoleh nilai sebesar 0.220. Hasil pengujian hipotesis Gaya Hidup Berbelanja terhadap Pembelian Impulsif diperoleh nilai sebesar 0.412.

Kata Kunci: Keterlibatan *Fashion*; Gaya Hidup Berbelanja; Pembelian Impulsif

ABSTRACT

Graciella Tansah Gunawan / 28140231 / 2018 / The Effect of Fashion Involvement and Shopping Lifestyle on Impulse Buying (A Study of Teenager and Youth in DKI Jakarta) / Advisor: Dr. Tony Sitinjak, M.M.

As society becomes more modern in their upbringing, changes in their lifestyle have triggered the development of shopping malls or shopping centers, leading to the increase of impulsive purchases. This study aims to determine the influence of fashion involvement and shopping lifestyle to these impulsive purchases, which occur in the category of fashion products. By doing this research, the influence and significance of fashion involvement and shopping lifestyle to impulsive purchasing among teenagers and youths in DKI Jakarta could be identified.

Based on various studies and journals, researchers are aware on the factors that might affect the occurrence of impulsive purchases in the category of fashion products.

Fashion is something that could not be separated from the life in the modern society. Fashion creates identity and is a symbol of someone's social status. That is why people are very concerned on their appearance and the fashion products they wear. The theories discussed will include 5 aspects: consumer behavior, involvement, fashion, lifestyle shopping, and impulse buying.

Variables in this study are divided into two types: independent and dependent variables. Independent variables identified in this research are fashion involvement and shopping lifestyle, while the dependent variable in this research is impulsive buying. Regression analysis method, normality test, heteroscedasticity test, and multicollinearity test are used to predict the results.

The data collection methods that the researcher used are: questionnaires, interviews and books or journals from libraries. This is done by distributing questionnaires to 160 respondents of teenagers and youths in Jakarta consisting of women and men with age range of 15-25 years who work as a student, an employee, an entrepreneur and a fashion blogger with period of 2 months since November - December 2017.

The results indicate that the involvement of both fashion and shopping lifestyle have a significant value of 0.000 on impulsive buying. Moreover the hypothesis of fashion involvement to impulse buying is 0.220 while the results of shopping lifestyle hypothesis to impulse buying is 0.412

Keywords: Fashion Involvement; Shopping Lifestyle; Impulsive Buying



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat, rahmat, dan penyertaan-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan proses akhir yang harus dilewati untuk dapat memperoleh gelar sarjana. Selama peneliti menempuh perkuliahan di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak – pihak yang senantiasa mendukung dan membantu peneliti selama proses penyusunan skripsi, yaitu:

1. Bapak Dr. Tony Sitinjak, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing peneliti selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan ilmu dan pengajaran yang baik selama peneliti dalam masa studi untuk menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen.
3. Kedua orang tua, Tete, dan keluarga besar atas setiap kasih sayang, dukungan, perhatian, motivasi, dan doa yang selalu dipanjatkan untuk peneliti.
4. Teman – teman terdekat penulis, Steven Tjahyadi, Shannen Bonfilio, Citra Nathalia, Kenny Jonathan, Merryati Sulistina, Stephanie Lau, Yoscamellia, Nareena Nandwani, Angelica Agustamin, Gisela Stella dan teman – teman lainnya yang mendukung dan berbagi pengetahuan, pengalaman, dan membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini.





5. Seluruh teman dan rekan peneliti di luar kampus yang juga turut memberikan dukungan, bantuan, dan motivasi kepada peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang juga telah memberikan semangat, bantuan, dan pengetahuan dari awal sampai akhir selama proses penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan. Maka dari itu peneliti memohon maaf atas kekurangan dan keterbatasan yang terdapat dalam skripsi ini. Peneliti sangat terbuka dan menghargai setiap kritik dan saran yang membangun. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang membacanya.

Jakarta, 15 Januari 2018

Peneliti

Graciella Tansah Gunawan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR MODEL	xi
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Batasan Penelitian	10
E. Rumusan Masalah	10
F. Tujuan Penelitian	11
G. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori	12
Perilaku Konsumen	12
Keterlibatan <i>Fashion</i>	16

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3.	Gaya Hidup Berbelanja	20
4. C	Pembelian Impulsif	21
B.	Penelitian Terdahulu	26
C.	Kerangka Pemikiran	28
D.	Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN		31
A.	Objek Penelitian	31
B.	Desain Penelitian	32
C.	Variabel Penelitian	34
D.	Teknik Pengumpulan Data	36
E.	Teknik Pengambilan Sampel	37
F.	Teknik Analisis Data	38
1.	Uji Validitas.....	38
2.	Uji Reliabilitas.....	39
3.	Analisis Deskriptif.....	40
4.	Skala Likert	41
5.	Analisis Regresi Linear Berganda	43
6.	Uji Asumsi Klasik	46
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		50
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	50
B.	Analisis Deskriptif.....	52
1.	Analisis Profil Responden	52
2.	Validitas dan Reliabilitas	56
3.	Analisis antar Variabel	60
4.	Uji Asumsi Klasik	63

Hak cipta milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Analisis Regresi Linear Berganda	65
C. Hasil Penelitian.....	68
D. Pembahasan	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	79

Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

	Tabel 4.1 Daftar Pasokan Mal di Jakarta 2014-2016	3
	Tabel 4.1 Dimensi Pembelian Impulsif	25
	Tabel 4.2 Penelitian Terdahulu.....	27
	Tabel 4.1 Operasionalisasi Variabel.....	36
	Tabel 4.2 Kriteria Bobot Jawaban Responden	43
	Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	54
	Tabel 4.2 Usia Responden	55
	Tabel 4.3 Daerah/Domisili Responden.....	55
	Tabel 4.4 Pekerjaan Responden.....	56
	Tabel 4.5 Pendapatan Responden.....	57
	Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Indikator Keterlibatan <i>Fashion</i>	58
	Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Keterlibatan <i>Fashion</i>	58
	Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Indikator Gaya Hidup Berbelanja.....	59
	Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Gaya Hidup Berbelanja.....	59
	Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Indikator Pembelian Impulsif.....	60
	Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Pembelian Impulsif	60
	Tabel 4.12 Skor Rata-rata Variabel Keterlibatan Fashion.....	61
	Tabel 4.13 Skor Rata-rata Variabel Gaya Hidup Berbelanja	62
	Tabel 4.14 Skor Rata-rata Variabel Pembelian Impulsif.....	63
	Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	64
	Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas	65
	Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66

© Hak Cipta dimiliki oleh IBI KKG (Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.18 Hasil Uji Model F.....	66
Tabel 4.19 Hasil Uji Model t.....	67
Tabel 4.20 Koefisien Determinasi.....	68

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR MODEL

Model 2.1 <i>Model of Buyer Behaviour</i>	15
Model 2.2 Konsep Keterlibatan.....	18

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

