

PENGARUH *FASHION INVOLVEMENT* DAN *HEDONIC*

LIFESTYLE TERHADAP IMPULSE BUYING

PRODUK PAKAIAN DI MALL

GOLDEN TRULY JAKARTA

Oleh:

Nama : Stevani Reynita

NIM : 27160036

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Januari 2020

© 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGESAHAN

PENGARUH *FASHION INVOLVEMENT* DAN *HEDONIC LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PRODUK PAKAIAN DI *MALL GOLDEN TRULY JAKARTA*

Diajukan Oleh:

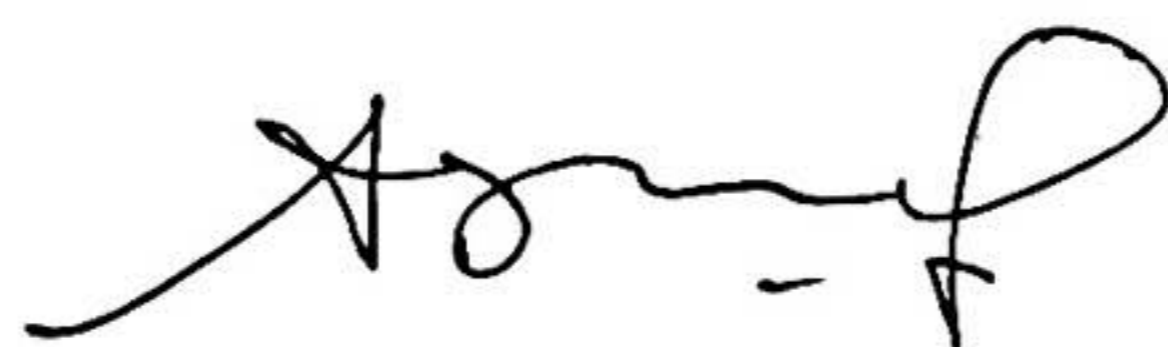
Nama : Stevani Reynita

NIM : 27160036

Jakarta, 17 Januari 2020

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Ir. Dergibson Siagian, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2020



ABSTRAK

Stevan Reynita / 27160036 / Pengaruh *Fashion Involvement* dan *Hedonic Lifestyle* Terhadap *Impulse Buying* Produk Pakaian di *Mall Golden Truly* / Pembimbing: Ir. Dergiton Siagian, M.M.

Pakaian menjadi salah satu hal yang tidak pernah lepas dari perhatian setiap individu karena pakaian adalah kebutuhan pokok setiap manusia. Saat ini, pakaian tidak hanya sebagai pelindung tubuh, tetapi kini dapat dijadikan media komunikasi yang dapat menggambarkan identitas diri seseorang, kelas, gender, dan seksualitas. Di sisi lain, perilaku masyarakat masa kini terutama generasi milenial mulai condong ke arah gaya hidup yang hedonis, yang memiliki pengertian oleh peneliti yaitu hal yang paling utama, penting untuk dikejar atau diperjuangkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan keterlibatan *fashion* individu dan perilaku gaya hidup hedonis masyarakat dalam memediasi perkembangan *fashion* dan melihat pengaruhnya terhadap perilaku *impulse buying* produk pakaian di *Mall Golden Truly*.

Teori yang digunakan untuk mendukung penulisan ini adalah definisi dari *fashion involvement*, *hedonic lifestyle* dan *impulse buying*. Kemudian didukung oleh teori mengenai hubungan antara *fashion involvement* dengan *impulse buying*, *hedonic lifestyle* dengan *impulse buying*, dan *fashion involvement* dengan *hedonic lifestyle*.

Objek penelitian ini adalah *Mall Golden Truly*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode komunikasi dan untuk penarikan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Oleh karena itu, kuesioner disebar melalui media *Google Docs* sebanyak 105 responden yang mengetahui dan pernah membeli produk pakaian di *Mall Golden Truly*. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modelling*) dengan WarpPLS 4.0 dan SPSS 16.0.

Output yang dihasilkan menunjukkan bahwa *fashion involvement* tidak berpengaruh secara langsung terhadap *impulse buying* namun *fashion involvement* berpengaruh secara tidak langsung terhadap *impulse buying* melalui *hedonic lifestyle* sebagai variabel mediator. *Fashion involvement* berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap *hedonic lifestyle* dan *hedonic lifestyle* berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap *impulse buying*.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua hipotesis yang ada telah terbukti memiliki pengaruh secara langsung dan signifikan, kecuali *fashion involvement* terhadap *impulse buying*, harus melalui *hedonic lifestyle*.

© Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengaitkan 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.

ABSTRACT

Stevar Reynita / 27160036 / The Influence of Fashion Involvement and Hedonic Lifestyle On Impulse Buying Towards Clothing Products Sold at Mall Golden Truly Jakarta / Advisor: Ir. Dergibson Siagian, M.M.

Clothing is one of the things that has never been able to seize attention by individuals because clothing itself is a basic need to every single human being. To this day clothing is not only considered as a need but also as a media to indescribable expressions or as a media to define one's identity, class, gender and sexuality. On the other hand, the behavior of today's society especially the millennial generation, is beginning to lean towards a hedonic lifestyle, in which is translated by researchers to be the most important thing to be pursued or fought for. This research is intended to determine how the role of individual fashion involvement and hedonic lifestyle behavior influences the development of fashion and see its effect on impulse buying behavior towards clothing products in Mall Golden Truly.

The theory used to support this study is the definition of fashion involvement, hedonic lifestyle and impulse buying. Then supported by theories about the relationship between fashion involvement with impulse buying, hedonic lifestyle with impulse buying, and fashion involvement with hedonic lifestyle.

The object of this research is Mall Golden Truly. Data collection methods in this study uses communication methods and for sampling using non-probability sampling with purposive sampling technique. Therefore, the online questionnaire was distributed through Google Docs. As many as 105 respondents knew and had bought clothing products at Mall Golden Truly. The procedure used for model testing and data processing is the structural equation model (Structural Equation Modelling) by using the software WarpPLS 6.0 dan SPSS 22.0.

The resulting output shows that fashion involvement has no direct effect on impulse buying but fashion involvement has an indirect effect on impulse buying through hedonic lifestyle as a mediator variable. Fashion involvement has a direct and significant effect on hedonic lifestyle and hedonic lifestyle has a direct and significant effect on impulse buying. The conclusion of this study is that all existing hypotheses have been proven to have a direct and significant influence, except for fashion involvement in impulse buying, through hedonic lifestyle.





KATA PENGANTAR



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas selesainya skripsi ini. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah banyak memberikan kontribusi kepada peneliti baik berupa petunjuk, penjelasan, pengarahan, bimbingan maupun dorongan secara moril maupun materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membimbing dan membantu selama proses penulisan skripsi ini, yaitu :

1. Bapak Ir. Dergibson Siagian, M.M. selaku dosen pembimbing peneliti yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, serta saran di tengah kesibukan beliau untuk membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen dan staff pengajar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar peneliti selama masa perkuliahan.
3. Keluarga saya yang senantiasa mendukung, membantu, dan mendoakan dengan luar biasa.
4. Kepada Joshua H. Kairupan yang telah mendukung, mendoakan dan menemani peneliti dengan sabar dan tulus selama masa perkuliahan dan pembuatan skripsi.
5. Teman- teman baik peneliti Jane, Sellinnia, dan Michael yang membantu dalam pembuatan skripsi peneliti.
6. Orang-orang yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner yang sangat membantu peneliti.

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.

7. Para petugas perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu peneliti untuk memperoleh buku-buku-serta sumber-sumber yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan mempunyai banyak keterbatasan. Namun, peneliti telah berusaha semaksimal mungkin memberikan yang terbaik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, Tuhan Yesus memberkati.

Jakarta, Januari 2020

Peneliti

Hak cipta milik IBIKKG (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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI



HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
DAFTAR KATA KUNCI	iii
DAFTAR ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Batasan Penelitian.....	6
E. Rumusan Masalah.....	7
F. Tujuan Penelitian.....	7
G. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	9
1. <i>Fashion Involvement</i>	9
a. Definisi <i>Fashion Involvement</i>	9
b. Pengukuran <i>Fashion Involvement</i>	11



2. <i>Hedonic Lifestyle</i>	12
a. Definisi <i>Hedonic Lifestyle</i>	12
b. Aspek-aspek <i>Hedonic Lifestyle</i>	13
c. Pengukuran <i>Hedonic Lifestyle</i>	13
d. <i>Impulse Buying</i>	14
a. Definisi <i>Impulse Buying</i>	14
b. Karakteristik <i>Impulse Buying</i>	15
c. Tipe-tipe <i>Impuls Buying</i>	15
d. Pengukuran <i>Impulse Buying</i>	16
B Penelitian Terdahulu	17
C Kerangka Pemikiran	18
a. Hubungan <i>Fashion Involvement</i> dengan <i>Impulse Buying</i>	18
b. Hubungan <i>Fashion Involvement</i> dengan <i>Impulse Buying</i> dengan memediasi <i>Hedonic Lifestyle</i>	18
c. Hubungan <i>Hedonic Lifestyle</i> dengan <i>Impulse Buying</i>	19
d. Hubungan <i>Fashion Involvement</i> dengan <i>Hedonic Lifestyle</i>	20
D Hipotesis Penelitian	21
BAB II. METODE PENELITIAN	
A Objek Penelitian	22
B Desain Penelitian	22
C Variabel Penelitian	24
D Teknik Pengambilan Sampel	27
E Teknik Pengumpulan Data	28
F Teknik Analisis Data	29

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



BAB IV. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	40
B. Persentase Responden Berdasarkan Pengalaman Pembelian Produk Pakaian <i>Mall</i> Golden Truly	44
C. Analisis Deskriptif	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabilitas	47
3. Analisis Profil Responden.....	47
4. Analisis Variabel.....	50
5. Penilaian Model Fit	55
6. Analisis Hubungan Kausal dan Pengujian Hipotesis.....	56
D. Hasil Penelitian	58
E. Pembahasan	59
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	67

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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 1	: Penelitian Terdahulu Variabel <i>Fashion Involvement</i> Terhadap <i>Impulse Buyiing</i>	17
	Tabel 2	: Penelitian Terdahulu Variabel <i>Hedonic Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buyiing</i>	17
	Tabel 3	: Penelitian Terdahulu Variabel <i>Fashion Involvement</i> Terhadap <i>Hedonic Lifestyle</i>	17
	Tabel 1	: Pengukuran Variabel <i>Fashion Involvement</i>	25
	Tabel 2	: Pengukuran Variabel <i>Hedonic Lifestyle</i>	26
	Tabel 3	: Pengukuran Variabel <i>Impulse Buying</i>	27
	Tabel 1	: Persentase Responden Berdasarkan Pengalaman Pembelian Produk Pakaian	44
	Tabel 2	: Pengujian Validitas Variabel <i>Fashion Involvement</i>	45
	Tabel 3	: Pengujian Validitas Variabel <i>Hedonic Lifestyle</i>	46
	Tabel 4.4	: Pengujian Validitas Variabel <i>Impulse Buying</i>	46
	Tabel 5	: Hasil Uji Reliabilitas	47
	Tabel 6	: Persentase Responden Bedasarkan Jenis Kelamin	48
	Tabel 7	: Persentase Berdasarkan Responden Usia	48
	Tabel 4.8	: Persentase Responden Bedasarkan Pekerjaan	49
	Tabel 9	: Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	50
	Tabel 10	: Skor Rata-rata Variabel <i>Fashion Involvement</i>	51
	Tabel 11	: Skor Rata-rata Variabel <i>Hedonic Lifestyle</i>	52
	Tabel 12	: Skor Rata-rata Variabel <i>Impulse Buying</i>	54
	Tabel 13	: Hasil Evaluasi Model Struktural	55

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bismis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bismis 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 4.14 : Pengaruh Langsung Antar Variabel57

Tabel 4.15 : Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel.....57

Tabel 4.16 : Pengaruh Total Antar Variabel.....57

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 GAMBAR

<p>© Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p>Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran 21</p> <p>Gambar 3.1 : Diagram Path 39</p> <p>Gambar 4.1 : Logo Mall Golden Truly..... 41</p> <p>Gambar 4.2 : Gedung Mall Golden Truly Melalui Gerbang Belakang 42</p> <p>Gambar 4.3 : Restaurant dan Gerai Minuman di Mall Golden Truly..... 42</p> <p>Gambar 4.4 : Tempat Penjualan Pakaian Mall Golden Truly 43</p> <p>Gambar 4.5 : Tempat Penjualan Sepatu Mall Golden Truly 44</p> <p>Gambar 4.6 : Hasil Pengujian Hipotesis..... 56</p>	
--	--	--

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.