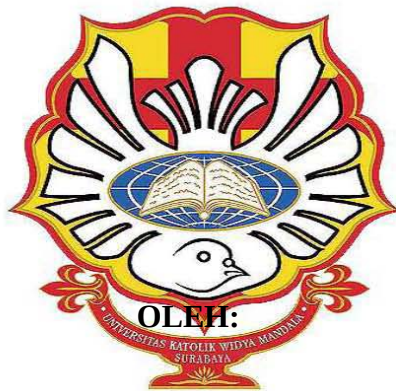


SKRIPSI

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *FASHION INVOLVEMENT*,
PRE-DECISION STAGE DAN *POST-DECISION STAGE* TERHADAP
IMPULSE BUYING DI PLANET ONE SURABAYA**



BOY MICHAEL

3103006414

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2010

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *FASHION INVOLVEMENT*,
PRE-DECISION STAGE DAN *POST-DECISION STAGE* TERHADAP
IMPULSE BUYING DI PLANET ONE SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

Oleh

Boy Michael

3103006414

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2010

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *FASHION INVOLVEMENT*,
PRE-DECISION STAGE DAN *POST-DECISION STAGE*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI PLANET ONE SURABAYA**

Oleh

BOY MICHAEL

3103006414

Telah di setujui dan Diterima untuk Diajukan

Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Christina Whidya Utami, MM
Tanggal:



Siprianus S. Sina, DRS. Ec., MM
Tanggal:

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Boy Michael NRP 3103006414

Telah diuji pada tanggal *29/Jul/10* dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. CHRISTINA WHIDYA UTAMI, MM

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Christina Whidya Utami, MM
NIK 311/92.0185

Ketua Jurusan,



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM
NIK 311.89.0152

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Boy Michael
Nomor Pokok : 3103006414
Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Manajemen
Alamat / Telepon : Ngagel Jaya Utara 6/7, Surabaya / 081938443939
Judul Skripsi : Pengaruh *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Pre-Decision Stage dan Post-Decision Stage* terhadap *Impulse Buying* di Planet One Surabaya

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar hasil pemikiran saya sendiri dan tidak merupakan hasil plagiat. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 2 Agustus 2010

Yang menyatakan,



Boy Michael

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas rahmat dan pertolonganNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan Judul *PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT, PRE-DECISION STAGE DAN POST-DECISION STAGE TERHADAP IMPULSE BUYING DI PLANET ONE SURABAYA* tepat pada waktunya.

Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak, terutama :

1. Ibu Dr. Christina Whidya Utami, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Christina Whidya Utami, MM., selaku Dosen pembimbing I yang dengan penuh kesabaran bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing penulisan skripsi ini.
4. Bapak DRS. EC. Siprianus S. Sina selaku dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing serta memberikan masukan-masukan berharga dalam penulisan skripsi ini, sehingga skripsi ini menjadi suatu karya ilmiah yang baik.
5. Drs. Ec. Daniel Tulasi, MM., selaku Dosen Wali yang telah banyak memberikan bantuan, nasehat dan motifasi kepada penulis.

6. Bapak dan Ibu Pengajar Fakultas Ekonomi yang telah membekali ilmu dan pengetahuan yang amat berharga selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
7. Orangtua yang selalu mendukung penulis baik lewat doa, dana, dan semua upaya dukungan bagi penulis sehingga penulis tetap bersemangat dan lebih termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat serta teman-teman seperjuangan penulis: Budy wonggow, Ira S, Chandra Kusuma, bagus, Adam, Abdul, Cristian, Sany, Anita Dewi, Ike wie, Meme, Siska, Feby, Shierly dan Jesica yang telah saling membantu dan mendukung penulis saelama kuliah di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
9. Saudara seiman di Pemasa 36: Lingga, Santy, Theodora, Grace, Meysiang, Meyin, Medya, yang bersama-sama dengan penulis belajar semakin mengenal Tuhan dan saling mendukung dalam doa sehingga penulis mampu dan semakin percaya diri dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis juga menyadari akan terbatasnya waktu, kemampuan, serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima kritik dan saran yang sangat bermanfaat dan membangun dalam penyempurnaan skripsi ini dari berbagai pihak. Semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Tuhan Yesus Memberkati.

Surabaya, Januari 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Skripsi	7
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori	9

2.2.1. Pengertian <i>Impulse Buying</i>	9
2.2.2. Gaya Hidup (<i>Lifestyle</i>).....	12
a. Gaya Hidup Belanja Konsumen (<i>Shopping Lifestyle</i>).....	13
2.2.3. Keterlibatan Konsumen (<i>Consumer Involvement</i>)	13
a. Keterlibatan Fashion (<i>Fashion Involvement</i>).	16
2.2.4. Proses Pengambilan Keputusan Membeli Konsumen	17
2.2.5. Memahami Perilaku Pembeli Konsumen	23
a. <i>Pre-Decision stage</i> (Tahap Sebelum Keputusan Pembelian).....	24
b. <i>Post-Decision</i> (Tahap Setelah Keputusan Pembelian).....	25
2.2.6. Hubungan antar <i>Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Pre-Decision Stage dan Post-Decision Stage</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	26
2.3. Kerangka Penelitian	29
2.4. Hipotesis	30
BAB 3 METODE PENELITIAN	31
3.1. Desain Penelitian	31
3.2. Identifikasi Variabel	31

3.3. Definisi Operasional	31
3.4. Jenis dan Sumber Data	36
3.4.1. Jenis Data	36
3.4.2. Sumber Data	36
3.5. Pengukuran Variabel	36
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data	37
3.7. Populasi, Sampel, dan Termasuk Pengambilan Sampel ...	38
3.8. Teknik Analisis Data	39
3.8.1. Analisis Regresi Linear Berganda	39
3.8.2. Uji Validitas dan Realibilitas	39
3.9. Proses Pengujian Hipotesis	40
3.9.1. Pengujian secara Simultan (Uji F)	40
3.9.2. Pengujian secara Parsial (Uji t).....	42
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Profil Responden	44
4.2. Uji Analisis Data	46
4.2.1. Uji Validitas	46
4.2.2. Uji Realibilitas	51
4.3. Teknik Analisis Data	52
4.3.1. Analisis Deskriptif Statistik	52
4.4. Analisis Data	58

4.4.1. Analisis Regresi Berganda	58
4.4.2. Uji Kecocokan Model	60
4.4.3. Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)	61
4.5. Pembahasan	62
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1. Simpulan	66
5.2. Saran	67
DAFTAR KEPUSTAKAAN	69
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	45
Tabel 4.2. Uji Validitas Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> (X_1).....	47
Tabel 4.3. Uji Validitas <i>Fashion Involvement</i> (X_2)	48
Tabel 4.4. Uji Validitas <i>Pre-decision stage</i> (X_3).....	49
Tabel 4.5. Uji Validitas <i>Post-decision stage</i> (X_4)	49
Tabel 4.6. Uji Validitas <i>Impulse Buying</i> (y).....	50
Tabel 4.7. Uji Validitas realibilitas variabel (X_1), (X_2), (X_3), (X_4) dan (Y)	51
Tabel 4.8. Kelas Frekuensi (5 Skala Likert)	52
Tabel 4.9. Deskripsi Variabel <i>Shopping lifestyle</i> (X_1)	53
Tabel 4.10. Deskripsi Variabel <i>Pre-decision stage</i> (X_2).....	54
Tabel 4.11. Deskripsi Variabel <i>Post-decision stage</i> (X_4)	55
Tabel 4.12. Kelas Frekuensi (7 Skala Likert).....	56
Tabel 4.13. Deskripsi Variabel <i>Fashion Involvement</i> (X_2)	57
Tabel 4.14. Deskripsi Variabel <i>Impulse Buying</i> (y).....	58
Tabel 4.15. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	59
Hasil Pengujian Dengan SPSS 17.0	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Alasan pembelian produk	18
Gambar 2.2. Proses belanja	22
Gambar 2.3. Model penelitian	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Primer jawaban Responden

Lampiran 3. Output Validitas dan Realibilitas (X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dan Y)

Lampiran 4. Output Analisis Deskriptif

Lampiran 5. Output Regresi Linear Berganda

Lampiran 6. Tabel F (5%)

Lampiran 7. Tabel t

ABSTRAKSI

PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT, PRE-DECISION STAGE DAN POST-DECISION STAGE TERHADAP IMPULSE BUYING DI PLANET ONE SURABAYA

Tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu *shopping lifestyle*, *fashion involvement*, *pre-decision stage* dan *post-decision stage* terhadap variabel dependen *Impulse buying* pada Planet One surabaya. Planet One merupakan salah satu gerai ritel modern yang telah lama berdiri di Surabaya. Planet One menyediakan berbagai macam produk *fashion*, seperti : Pakaian, Tas dan perlengkapan aksesoris lainnya.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *fashion involvement* dan *Post-decision stage* memiliki pengaruh positif terhadap *Impulse buying*, sedangkan untuk *pre-decision stage* dan *Shopping lifestyle* memiliki pengaruh yang negatif terhadap *Impulse buying* pada Planet One surabaya.

Kata Kunci: Gaya hidup belanja, Keterlibatan fashion, Tahap pra-keputusan, Tahap pasca-keputusan, Perilaku pembelian impulsif, Planet One surabaya.

ABSTRACT

EFFECT SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT, PRE- DECISION STAGE AND POST-DECISION STAGE ON IMPULSE BUYING IN PLANET ONE SURABAYA

The purpose of this study was to examine the effect of independent variables are shopping lifestyle, fashion involvement, pre-decision stage and post-decision stages of the dependent variable Impulse buying on the Planet One surabaya. Planet One is one of modern retail outlets, which have long stood in Surabaya. Planet One provides a variety of fashion products, such as : Apparel, Handbags and other accessories equipment.

The analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis. Results showed that fashion involvement and Post-decision stage has a positive influence on Impulse buying, while for pre-decision stage and Shopping lifestyle has a negative effect terhadap Impulse buying on the Planet One surabaya.

Keywords: Shopping Lifestyle, fashion involvement, pre-decision phase, post-decision phase, impulsive buying behavior, Planet One surabaya.