

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS PADA
KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF MELALUI *EMOTIONAL
SHOPPING* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi pada Konsumen Uniqlo Daerah Istimewa Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF LIFESTYLE AND HEDONIC SHOPPING
MOTIVATION ON IMPULSE BUYING DECISIONS THROUGH
EMOTIONAL SHOPPING AS A MEDIATING***

(Study of Uniqlo Consumers Special Region of Yogyakarta)



**Disusun Oleh:
PUTRI MAHARANI
20200410374**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Putri Maharani

Nomor Induk Mahasiswa : 20200410374

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH GAYA HIDUP DAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF MELALUI *EMOTIONAL SHOPPING* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Konsumen Uniqlo di Daerah Istimewa Yogyakarta)”**

tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 17 Januari 2024

Putri Maharani

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirahim, segala puji bagi kepada Allah SWT yang telah memberikan segala karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Belanja Hedonis pada Keputusan Pembelian Impulsif melalui *Emotional Shopping* sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Konsumen Uniqlo di Daerah Istimewa Yogyakarta)". Tidak lupa saya panjatkan shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah mengumpulkan hati umatnya dalam bayang-bayang cahaya islam, sehingga kita dapat merasakan keindahan islam pada saat ini. Syukur Alhamdulillah, saya persembahkan karya tulis saya ini kepada pihak yang berpengaruh dalam perjalanan hidup saya yaitu:

1. Orang tua saya yang selalu memberikan do'a, dan dukungan kepada saya.
2. Teman-teman, yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan perhatian selama masa perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya, atas seluruh curahan rahmat dan hidayat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Belanja Hedonis pada Keputusan Pembelian Impulsif melalui *Emotional Shopping* sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Konsumen Uniqlo di Daerah Isimewa Yogyakarta)" ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat akhir untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. (pak dekan)
2. Dr. Rr. Sri Handari W. S.E., M.Si., selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dr. Siti Dyah Handayani S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukan beliau, memberikan kritik, saran, pengarahan, dan wawasan baru kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
4. Semua pihak yang telah berpartisipasi dan memberikan semangat dan motivasi dalam melaksanakan penelitian ini.

Sebagai manusia biasa penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karenanya atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritikan dan saran yang membangun. Terakhir, harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Yogyakarta, 17 Januari 2024.

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Putri Maharani', written in a cursive style.

(Putri Maharani)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Hasil Penelitian Terdahulu	19
C. Pengembangan Hipotesis	25
D. Model Penelitian	32
BAB III	34
METODE PENELITIAN.....	34
A. Subjek dan Objek Penelitian	34
B. Jenis Penelitian dan Jenis Data	34
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	35
D. Teknik Pengumpulan Data dan Pengukuran Skala	36

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	37
F. Uji Kualitas Instrumen	39
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	40
BAB IV	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
B. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	46
C. Hasil Uji Kualitas Instrumen.....	49
D. Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis	51
E. Pembahasan.....	67
BAB V	74
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	74
A. Simpulan	74
B. Keterbatasan Penelitian.....	76
C. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Peringkat Perusahaan Global Produk Fashion.....	3
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	37
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	48
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	48
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4. 9 Hasil Statistik Deskriptif Gaya Hidup.....	52
Tabel 4. 10 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Motivasi Belanja Hedonis	53
Tabel 4. 11 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Emotional Shopping	53
Tabel 4. 12 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	54
Tabel 4. 13 Degree of Freedom.....	57
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian <i>Outliers</i>	59
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas dan Singularity	60
Tabel 4. 17 Goodnes of Fit.....	61
Tabel 4. 18 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	63
Tabel 4. 19 <i>Standardized direct effect</i>	65
Tabel 4. 20 Standardized indirect effect.....	65
Tabel 4. 21 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Produk Konvensional	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian	32
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	55
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural	56
Gambar 4. 3 Nilai Batas Mahalonobis Distance	59
Gambar 4. 4 Model Pengaruh Antar Variabel	62