

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING VALUE*, *SHOPPING LIFESTYLE*
TERHADAP EMOSI POSITIF DAN *IMPULSE BUYING* DI HARTONO
MALL YOGYAKARTA**

***THE INFLUENCE OF HEDONIC SHOPPING VALUE, SHOPPING
LIFESTYLE ON POSITIVE EMOTION AND IMPULSE BUYING IN
HARTONO MALL YOGYAKARTA***

SKRIPSI



Disusun oleh :

NURANI SEKAR WANGI

20170410214

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2021**

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING VALUE*, *SHOPPING LIFESTYLE*
TERHADAP EMOSI POSITIF DAN *IMPULSE BUYING* DI HARTONO
MALL YOGYAKARTA**

***THE INFLUENCE OF HEDONIC SHOPPING VALUE, SHOPPING
LIFESTYLE ON POSITIVE EMOTION AND IMPULSE BUYING IN
HARTONO MALL YOGYAKARTA***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Bisnis Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

NURANI SEKAR WANGI

20170410214

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2021**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Nurani Sekar Wangi

NIM : 20170410214

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Kampus : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Skripsi : **PENGARUH *HEDONIC SHOPPING VALUE*, *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP EMOSI POSITIF DAN *IMPULSE BUYING* DI HARTONO MALL YOGYAKARTA**

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

Yogyakarta, 13 September 2021



Nurani Sekar Wangi

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, maka skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orangtuaku tercinta, Ayahanda Sunardi dan Ibunda Nur Bariyah yang telah bekerja keras tanpa henti dan selalu memberikan dukungan baik moral maupun materil serta doa yang selalu dipanjatkan untuk kebaikan anak-anaknya.
2. Kupersembahkan skripsi ini, untuk adik-adikku Fajriati Arimurti dan Anati Ardiningrum yang selalu menghibur dan memberikan dukungan saat suka maupun duka hingga terselesaikannya masa perkuliahan ini.
3. Kupersembahkan skripsi ini untuk diriku sendiri yang telah berjuang dengan berbagai pengalaman yang ada selama proses pengerjaan skripsi hingga akhirnya skripsi ini terselesaikan. Untuk diriku sendiri terimakasih telah mampu menyelesaikan skripsi ini.

Besar harapan saya semoga apa yang menjadi doa dan cita-cita saya selama ini dapat tercapai, serta ilmu yang didapat selama ini dapat bermanfaat bagi orang-orang disekitar saya.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, serta nikmat sehat dan nikmat kemudahan sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh *Hedonic Shopping Value*, *Shopping Lifestyle* terhadap Emosi Positif dan *Impulse Buying* Di Hartono Mall Yogyakarta”**

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam pembelian impulsif sehingga dapat menjadi referensi serta memberikan ide pengembangan bagi peneliti selanjutnya.

Penulis menyadari bahwa penulis skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan serta dukungan moral dan materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, MP., IPM. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan dan dukungan kepada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Rizal Yaya S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan dukungan kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

3. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan kemudahan bagi Mahasiswa Manajemen.
4. Bapak Dr. Susanto, M.S. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dan memberikan masukan selama penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan karyawan Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu bermanfaat dan pengalaman yang luar biasa selama perkuliahan.
6. Ayahanda Sunardi dan Ibunda Nur Bariyah tercinta terimakasih atas segala dukungan, motivasi, do'a yang tiada hentinya, pengorbanan materil serta restu yang diberikan selama penulis menempuh studi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
7. Adik-adikku tersayang Fajriati Arimurti dan Anati Ardiningrum serta keluarga besar penulis terimakasih atas segala dukungan dan motivasi yang diberikan.
8. Nadia Nur Azmi terimakasih telah menjadi sahabat yang selalu ada pada setiap kondisi dan selalu memberikan dukungan dan motivasi.
9. Devi Aryani sahabat yang telah mendengar keluh kesah penulis dan selalu memberikan dukungan selama proses menyusun skripsi.
10. Chandra Annisa Ratri sahabat DC UMY yang selalu berbagi kisah senang maupun pahit serta selalu memberikan semangat dan motivasi.

11. Difa' Ayu Adilah terimakasih sudah membantu banyak hal dan memberikan masukan maupun saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Aditia Dwi Riswanto yang tanpa henti selalu memberikan dukungan dan semangat. Terimakasih atas segala saran dan nasehat yang diberikan.
13. Mbak Nashuha, Mbak Ipit, Mbak Wafa, Salma, dan Mas Fadel terimakasih atas pengalaman kerjasama yang luar biasa dan selalu menjadi motivasi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi.
14. Fara, Liana, Tiara, Intan, Alim dan Kurnia terimakasih telah menjadi sahabat selama diperkuliahan ini yang selalu menghibur, berbagi pengalaman, dan selalu memberikan semangat dan motivasi.
15. Teman-teman DC UMY terimakasih telah menjadi bagian dalam cerita selama proses perkuliahan ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk kritik serta saran yang membangun dari berbagai pihak untuk mengembangkan penelitian selanjutnya. Semoga sripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Yogyakarta, 13 September 2021



Nurani Sekar Wangi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori.....	10
1. <i>Hedonic Shopping Value</i>	10
2. <i>Shopping Lifestyle</i>	12
3. Emosi Positif	14
4. <i>Impulse Buying</i>	16
B. Hasil Penelitian Terdahulu	18
C. Pengembangan Hipotesis	23
D. Model Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Desain Penelitian.....	30
B. Populasi dan Sampel.....	30
1. Populasi	30
2. Sampel.....	30
C. Jenis Data	31

D.	Teknik Pengambilan Sampel.....	31
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	33
F.	Variabel Penelitian	34
G.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	36
H.	Uji Kualitas Instrumen	37
1.	Uji Validitas	37
2.	Uji Reliabilitas.....	38
I.	Analisis Data dan Uji Hipotesis	38
1.	Analisis Data	38
2.	Uji Hipotesis.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		44
A.	Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	44
1.	Objek Penelitian	44
2.	Subjek Penelitian	45
B.	Uji Kualitas Instrumen dan Data	49
1.	Uji Validitas	49
2.	Uji Reliabilitas.....	50
3.	Kesimpulan Uji Instrumen	51
C.	Statistik Deskriptif.....	52
D.	Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	55
1.	Analisa Data Structural Equation Modeling (SEM)	55
2.	Uji Hipotesis.....	67
E.	Pembahasan (Interprestasi)	72
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN.....		81
A.	Simpulan	81
B.	Keterbatasan.....	83
C.	Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN		88

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Skala Likert	34
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	36
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia Responden	46
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden	47
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	47
Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Alamat di Yogyakarta	48
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Hedonic Shopping Value</i>	53
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Shopping Lifestyle</i>	53
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Emosi Positif.....	54
Tabel 4. 11 Statistis Deskriptif Variabel <i>Impulse Buying</i>	54
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Outliers	60
Tabel 4. 13 Nilai Batas Mahalonobis Distance	61
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinieritas	62
Tabel 4. 15 Hasil degree of freedom.....	62
Tabel 4. 16 Menilai Goodness Of Fit.....	63
Tabel 4. 17 Hasil Modification Indices sebelum Modifikasi Model	64
Tabel 4. 18 Hasil dari Modifikasi Model	66
Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis	67
Tabel 4. 20 Hasil <i>Output Standardized Direct Effect</i>	71
Tabel 4. 21 Hasil <i>Output Standardized Indirect Effect</i>	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pusat Perbelanjaan tiap Provinsi 2018	3
Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	29
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	56
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural	57
Gambar 4. 3 Uji Normal Probability P (P-Plot)	59
Gambar 4. 4 Gambar Modifikasi Model.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	89
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	95
Lampiran 3 Karakteristik Responden	102
Lampiran 4 Uji Validitas.....	104
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	105
Lampiran 6 Uji Statistik Deskriptif	106
Lampiran 7 Model Penelitian	108
Lampiran 8 Uji Normalitas Data	109
Lampiran 9 Evaluasi Outlier	109
Lampiran 10 Uji Multikolinieritas	110
Lampiran 11 Degree of Freedom	110
Lampiran 12 Goodness Of Fit	111
Lampiran 13 Modifikasi Model.....	111
Lampiran 14 Hasil Uji Hipotesis	115