

**PENGARUH FASHION INVOLVEMENT DAN SHOPPING LIFESTYLE
TERHADAP IMPULSE BUYING MELALUI POSITIVE EMOTION
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN OUTLET BIRU YOGYAKARTA)**

**Diajukan guna memenuhi salah satu syarat akademik untuk memperoleh
gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi**

SKRIPSI



Oleh:

Selastris Niati Siahaan

NIM. 2017008163

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SARJANAWIYATA TAMANSISWA YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH FASHION INVOLVEMENT DAN SHOPPING LIFESTYLE
TERHADAP IMPULSE BUYING MELALUI POSITIVE EMOTION
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN OUTLET BIRU YOGYAKARTA)**

Disampaikan dan Disusun oleh:

Nama: Selastri Niati Siahaan

NIM: 2017008163

Yogyakarta, 25 Desember 2020

Pembimbing 1



Dr. Ir. Henny Welsa, MM
NIY. 6207252

Pembimbing 2



Putri Dwi Cahyani, SE., M.E.I
NIY. 8618525

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH FASHION INVOLVEMENT DAN SHOPPING LIFESTYLE
TERHADAP IMPULSE BUYING MELALUI POSITIVE EMOTION
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN OUTLET BIRU YOGYAKARTA)**

Disampaikan dan Disusun oleh :

Nama: Selastri Niati Siahaan

NIM: 2017008163

Yogyakarta, 30 Desember 2020

Ketua Penguji



Dr. IBN Udayana, M.Si
NIY.6289149

Penguji 1



Dr. Ir. Henny Welsa, MM
NIY. 6207252

Penguji 2



Putri Dwi Cahyani, SE., M.E.I
NIY.8618525

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



Suyanto, SE., M.Si
NIY. 7608265

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Selastr Niati Siahaan
NIM : 2017008163
Judul Skripsi : Pengaruh *Fashion Involvement* dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulse buying* Melalui *Positive Emotion* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Outlet Biru Yogyakarta)

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta atau Perguruan Tinggi lain.

Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan Dosen Pembimbing. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Yogyakarta, 25 Desember 2020
Yang membuat pernyataan,

A green 6000 Rupiah banknote with a signature over it. The text on the banknote includes "KETERANGAN", "EMPEL", "224CAHF700891547", "6000", and "ENAM RIBU RUPIAH".

Selastr Niati Siahaan
NIM. 2017008163

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya
bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(QS Al Insyirah 5 – 6)

“Memulai dengan Penuh Keyakinan, Menjalankan dengan Penuh Keikhlasan,
Menyelesaikan dengan Penuh Kebahagiaan”

PERSEMBAHAN

Skripsi atau Tugas Akhir ini kupersembahkan untuk:

- Allah SWT, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirmu saya bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depanku, dalam meraih cita-cita saya.
- Ayah dan Ibu, Jhoni Siahaan dan Puniah terimakasih atas doa, semangat, motivasi, pengorbanan, nasehat serta kasih sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini.
- Untuk adikku, Jeffri Siahaan, tiada yang paling mengharukan saat kumpul bersama, walaupun sering bertengkar, terimakasih atas doa dan semangatnya.
- Teman hidupku Topri Dwi Wacono, terimakasih atas kasih sayang, waktu, perhatian, dan kesabaranmu yang telah memberikanku semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
- Buat sahabatku Marnuti Eka Putri, terimakasih atas waktumu yang selalu menemaniku begadang mengerjakan tugas akhir ini.
- Teman-teman seperjuanganku yang selalu membantu dan meluangkan waktunya untukku.
- Teman-teman hangoutku “Travelkita, terimakasih atas kenangan yang manis selama kuliah ini”. Dan
- Seluruh pihak yang telah membantu menyusun skripsi ini.

INTISARI

Impulse Buying merupakan perilaku membeli yang tidak disadari karena adanya pertimbangan unyuk membeli yang terjadi sebelum memasuki toko. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan sampel dalam studi ini yaitu pelanggan Outlet Biru Yogyakarta sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner skala likert. Teknik analisis yang digunakan yaitu dengan sobel test untuk mengetahui apakah ada hubungan melalui variabel mediasi yang memiliki kekuatan signifikan memediasi dalam hubungan tersebut.

Hasil penelitian membuktikan bahwa (1) Fashion Involvement berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Positive Emotion, (2) variabel Shopping Lifestyle berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Positive Emotion, (3) variabel Positive Emotion tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel Impulse Buying, (4) variabel Fashion Involvement berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Impulse Buying. (5) variabel Fashion Involvement berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Impulse Buying.

Kata Kunci : *Fashion Involvement, Impulse Buying, Positive Emotion, Shopping Lifestyle*

ABSTRACT

Impulse Buying is unconscious buying behavior because of the consideration or purchase intention that was formed before entering the store. The quantitative method used in this study with the sample in this study, namely the customer of Outlet Biru Yogyakarta as many as 100 respondents. The data collection technique used a Likert scale questionnaire. The analysis technique used is the sobel test to determine whether there is a relationship through the mediating variable which has a significant power to mediate in the relationship.

The results of the study prove that, (1) Fashion Involvement has a positive and significant effect on the Positive Emotion variable, (2) the Shopping Lifestyle variable has a positive and significant effect on the Positive Emotion variable, (3) the Positive Emotion variable does not have a significant positive effect on the Impulse Buying variable, (4) the Fashion Involvement variable has a positive and significant effect on the Impulse variable. (5) the Shopping Lifestyle variable has a positive and significant effect on the Impulse variable.

Keywords : *Fashion Involvement, Impulse Buying, Positive Emotion, Shopping Lifestyle*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul: “Pengaruh *Fashion Involvement* dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulse Buying* Melalui *Positive Emotion* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Outlet Biru Yogyakarta)”. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan akademik dalam meraih gelar sarjana pada program strata satu di FE-UST. Selama penyusunan skripsi ini, peneliti tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi peneliti berkat bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak berikut ini.

1. Ibu Dr. Henny Welsa, MM selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing, memberikan saran, sehingga menginspirasi lahirnya judul penelitian ini.
2. Ibu Putri Dwi Cahyani, SE., MEI selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing dan memberikan saran bagi penyempurnaan penelitian ini.
3. Bapak Susanto, SE., MS selaku dosen penguji yang sudah menguji, dan memberikan kritik, serta saran bagi penyempurnaan penelitian ini.
4. Bapak/Ibu responden yang telah berkenan mengisi kuisioner penelitian ini.

Yogyakarta, 30 Desember 2020

Selastris Niati Siahaan

2017008163

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Teori.....	7
2.1.1 <i>Fashion Involvement</i>	7
2.1.2 <i>Shopping Lifestyle</i>	8
2.1.3 <i>Positive Emotion</i>	9
2.1.4 <i>Impulse Buying</i>	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	12
2.3. Pengembangan Hipotesis	21

2.3.1.	Hubungan <i>Fashion involvement</i> dengan <i>Positive Emotion</i>	21
2.3.2.	Hubungan <i>Shopping Lifestyle</i> dengan <i>Positive Emotion</i>	22
2.3.3.	Hubungan <i>Positive Emotion</i> berpengaruh terhadap <i>Impulse Buying</i> ..	23
2.3.4.	Hubungan <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	24
2.3.5.	Hubungan <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	25
2.4.	Kerangka Pikir Penelitian.....	26
2.5.	Hipotesis	27
BAB III		28
METODE PENELITIAN.....		28
3.1	Jenis Penelitian	28
3.2	Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian.....	29
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	37
3.3.1	Populasi.....	37
3.3.2	Sampel	37
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	38
3.3.4	Metode Pengumpulan Data.....	38
3.4	Tempat dan Waktu Pengambilan Data	39
3.4.1	Tempat Penelitian	39
3.4.2	Waktu Pengambilan Data	39
3.5	Pengembangan Instrumen Penelitian	40
3.5.1	Skala Likert.....	40
3.6	Teknik Analisis Data	41
3.6.1	Statistik Deskriptif	41
3.7	Uji Kualitas Data	42
3.7.1	Uji Validitas.....	42
3.7.2	Uji Reabilitas	42
3.8	Uji Asumsi Klasik	43
3.8.1	Uji Normalitas.....	43
3.8.2	Uji Multikolinearitas.....	43
3.8.3	Uji Heteroskedastisitas	44
3.9	Uji Regresi Linear Berganda	44

3.10 Uji Hipotesis.....	45
3.10.1 Uji T	45
3.10.2 Uji F	46
3.10.3 Koefisien Determinasi (R ²)	46
3.11 Uji Sobel.....	47
BAB IV	48
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Profil Perusahaan.....	48
4.2. Data Penelitian	48
4.3. Teknik Analisis Data	49
4.3.1. Statistik Deskriptif	49
4.4. Uji Kualitas Data	60
4.4.1 Uji Validitas.....	60
4.4.2 Uji Reliabilitas	65
4.5 Uji Asumsi Klasik	66
4.5.1. Uji Normalitas.....	66
4.5.2. Uji Multikolinearitas.....	69
4.5.3. Uji Heteroskedastisitas	71
4.6. Uji Regresi Linear Berganda	75
4.7. Uji Hipotesis	78
4.7.1. Uji T.....	78
4.7.2 Uji F.....	82
4.7.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	84
4.8 Uji Sobel.....	85
4.9 Pembahasan	90
4.9.1 Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Positive Emotion</i>	90
4.9.2 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Positive Emotion</i>	91
4.9.3 Pengaruh <i>Positive Emotion</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	92
4.9.4 Pengaruh <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	93
4.9.5 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	95
BAB V.....	97

PENUTUP	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu</i>	12
<i>Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel</i>	29
<i>Tabel 3. 2 Ring Skor</i>	41
<i>Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</i>	49
<i>Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia</i>	49
<i>Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir</i>	50
<i>Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan</i>	50
<i>Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pendapatan</i>	51
<i>Tabel 4. 6 Variabel Fashion Involvement</i>	52
<i>Tabel 4. 7 Variabel Shopping Lifestyle</i>	54
<i>Tabel 4. 8 Variabel Positive Emotion</i>	57
<i>Tabel 4. 9 Variabel Impulse Buying</i>	58
<i>Tabel 4. 10 Uji Validitas Fashion Involvement</i>	61
<i>Tabel 4. 11 Uji Validitas Shopping Lifestyle</i>	62
<i>Tabel 4. 12 Uji Validitas Positive Emotion</i>	63
<i>Tabel 4. 13 Uji Validitas Impulse Buying</i>	64
<i>Tabel 4. 14 Uji Reabilitas</i>	65
<i>Tabel 4. 15 Uji Kolmogorov-Sminov Pers. 1</i>	66
<i>Tabel 4. 16 Uji Kolmogorov-Sminov Pers. 2</i>	67
<i>Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas Pers. 1</i>	69
<i>Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinearitas Pers. 2</i>	70
<i>Tabel 4. 19 Uji Spearman Pers. 1</i>	71
<i>Tabel 4. 20 Uji Spearman Pers. 2</i>	72
<i>Tabel 4. 21 Uji Regresi Pers. 1</i>	75
<i>Tabel 4. 22 Uji Regresi Pers. 2</i>	76
<i>Tabel 4. 23 Uji T Pers. 1</i>	78
<i>Tabel 4. 24 Uji T Pers. 2</i>	78
<i>Tabel 4. 25 Uji F Pers. 1</i>	82
<i>Tabel 4. 26 Uji F Pers. 2</i>	83

<i>Tabel 4. 27 Uji Determinasi Pers. 1</i>	<i>84</i>
<i>Tabel 4. 28 Uji Determinasi Pers. 2</i>	<i>84</i>
<i>Tabel 4. 29 Koefisien Fashion Involvement Value terhadap Positive Emotion....</i>	<i>85</i>
<i>Tabel 4. 30 Koefisien Positive Emotion terhadap Impulse Buying.....</i>	<i>85</i>
<i>Tabel 4. 31 Standar Error Fashion Involvement terhadap Positive Emotion</i>	<i>86</i>
<i>Tabel 4. 32 Standar Error Positive Emotion terhadap Impulse buying</i>	<i>86</i>
<i>Tabel 4. 33 Koefisien Shopping Lifestyle terhadap Positive Emotion</i>	<i>87</i>
<i>Tabel 4. 34 Koefisien Positive Emotion terhadap Impulse Buying.....</i>	<i>88</i>
<i>Tabel 4. 35 Standar Error Shopping Lifestyle terhadap Positive Emotion</i>	<i>88</i>
<i>Tabel 4. 36 Standar Error Positive Emotion terhadap Impulse buying</i>	<i>88</i>

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 2. 1 Kerangka Pikir Penelitian</i>	26
<i>Gambar 4. 1 Grafik Plot Pers. 1</i>	68
<i>Gambar 4. 2 Grafik Plot Pers. 2</i>	68
<i>Gambar 4. 3 Grafik Scattarplot Pers. 1</i>	74
<i>Gambar 4. 4 Grafik Scatterplot Pers. 2</i>	74
<i>Gambar 4. 5 Hasil Sobel Test</i>	86
<i>Gambar 4. 6 Hasil sobel test.....</i>	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	106
Lampiran 2 Data Penelitian.....	112
Lampiran 3 Analisis Deskriptif.....	125
Lampiran 4 Uji Kualitas Data	131
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	137
Lampiran 6 Uji Regresi Berganda.....	142
Lampiran 7 Uji Sobel	145
Lampiran 8 Tabel r	147
Lampiran 9 Tabel t	151