

LAMPIRAN

LAMPIRAN

Lampiran 1 (Kuisisioner Penelitian)

KUISISIONER PENELITIAN KUISISIONER PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE PLAZA SURABAYA

Dengan Hormat,

Berkaitan dengan penelitian yang saya lakukan dalam rangka menyelesaikan program studi S1 Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya mengenai “Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Discount Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Department Store Plaza Surabaya”. Maka saya mohon kesediaan dari saudara untuk dapat mengisi kuisisioner penelitian ini.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat dan oleh karena itu dimohon kesediaan untuk mengisi kuisisioner ini dengan sejujurnya dan sebenar-benarnya. Jawaban yang anda berikan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian ilmiah.

Atas perhatian dan kesediaan anda untuk mengisi kuisisioner ini, Saya mengucapkan terimakasih.

Peneliti :

Aulia Evarianti Suwandi

Pilihlah salah satu jawaban dari lima pilihan yang sesuai dengan pendapat anda dengan keterangan sebagai berikut :

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju Skor 2 = Tidak Setuju

Skor 3 = Cukup Setuju Skor 4 = Setuju

Skor 5 = Sangat Setuju

A. Identitas Responden

Nama Responden*

Profesi : 1. Pekerja/Pelajar 2. Mahasiswa

Jenis Kelamin : 1. Laki – Laki 2. Perempuan

Usia : 1. <17 Tahun 3. >22 – 28 Tahun

2. >17 – 22 Tahun 4. > 28 Tahun

Pendapatan : 1. > 2.000.000 3. > 4.500.000 – 6.000.000
 2. > 2.000.000 – 4.500.000 4. > 6.000.000

a. Daftar Pernyataan

1. Shopping Lifestyle (X1)

Indikator : Konsumen membeli model pakaian terbaru	STS	TS	CS	S	SS
1 Saya merasa tertarik berbelanja produk fashion dengan model terbaru yang dikeluarkan oleh Matahari Department Store.					
2 Saya membeli produk fashion dengan merek terkenal yang ada di Matahari Department Store					
3 Membeli model fashion terbaru menjadi salah satu bagian yang perlu diperhatikan pada saat berbelanja di Matahari Department Store					
Indikator : Konsumen membeli merek fashion yang berbeda-beda.					
4 Saya membeli produk fashion dengan merek yang berbeda pada saat berbelanja di Matahari Department Store					
5 Saya cenderung berbelanja produk fashion lebih dari satu merek di Matahari Department Store					
Indikator : Persepsi konsumen tentang kualitas merek.					
6 Menurut persepsi saya bahwa merek fashion yang saya beli di Matahari Department Store berkualitas					
7 Menurut persepsi saya yakin bahwa merek yang saya beli di Matahari Department Store merupakan yang terbaik dalam hal kualitas					
8 Menurut persepsi saya fashion dengan merek terkenal di Matahari Department Store mempunyai kualitas yang bagus					

2. Discount (X2)

Indikator : Jumlah harga yang dipotong.		STS	TS	CS	S	SS
9	Saya membeli produk fashion di Matahari Department Store yang mempunyai potongan harga					
Indikator : Perbandingan discount dengan kompetitor						
10	Saya membeli produk fashion di Matahari Department Store setelah membandingkan discount yang diberikan dengan department store lainnya					
Indikator : Pemilihan waktu dalam potongan harga						
11	Saya akan membeli produk fashion yang terdapat potongan harga pada waktu tertentu (libur lebaran, tahun baru, dan lain-lain) di Matahari Department Store					

3. Impulse Buying (Y)

Indikator : Konsumen membeli produk tanpa keputusan yang pasti.		STS	TS	CS	S	SS
12	Karena produk fashion di Matahari Department Store memiliki discount, maka saya akan membeli tanpa ada rencana sebelumnya					
13	Karena produk fashion di Matahari Department Store memiliki discount dan saya suka, maka saya akan membeli pada saat itu juga					
14	Karena produk fashion di Matahari Department Store memiliki discount, maka saya membeli produk tersebut tanpa berpikir terlebih dahulu					

Indikator : Konsumen membeli produk fashion yang tidak dibutuhkan.						
15	Saya membeli produk fashion di Matahari Department Store karena merasa tertarik dengan discount yang diberikan meskipun tidak terlalu membutuhkannya					
16	Saya tetap membeli produk fashion di Matahari Department Store meskipun akhirnya produk tersebut akan jarang terpakai					
Indikator : Konsumen terobsesi untuk membelanjakan seluruh uang untuk produk fashion.						
17	Saya tidak akan berfikir berulang kali untuk membelanjakan seluruh uang saya pada produk fashion yang di discount oleh Matahari Department Store					

Lampiran 2 Uji Validitas Shopping Lifestyle (X1)
Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
X1.1 Pearson Correlation	1	.332	.222	.092	.232	.430*	.288	.061	.550**
Sig. (2-tailed)		.073	.237	.627	.217	.018	.122	.749	.002

N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2 Pearson Correlation	.332	1	.234	.518**	.368*	.614**	.298	.445*	.802**
Sig. (2-tailed)	.073		.213	.003	.046	.000	.110	.014	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3 Pearson Correlation	.222	.234	1	.358	-.047	.017	.044	.067	.436*
Sig. (2-tailed)	.237	.213		.052	.806	.929	.817	.726	.016
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4 Pearson Correlation	.092	.518**	.358	1	.263	.377*	-.172	.287	.597**
Sig. (2-tailed)	.627	.003	.052		.160	.040	.362	.123	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5 Pearson Correlation	.232	.368*	-.047	.263	1	.211	.269	.132	.521**
Sig. (2-tailed)	.217	.046	.806	.160		.262	.151	.488	.003
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6 Pearson Correlation	.430*	.614**	.017	.377*	.211	1	.352	.550**	.731**

	Sig. (2-tailed)	.018	.000	.929	.040	.262		.057	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.288	.298	.044	-.172	.269	.352	1	.555*	.516*
	Sig. (2-tailed)	.122	.110	.817	.362	.151	.057		.001	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.061	.445*	.067	.287	.132	.550*	.555*	1	.612*
	Sig. (2-tailed)	.749	.014	.726	.123	.488	.002	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	.550*	.802*	.436*	.597*	.521*	.731*	.516*	.612*	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.016	.000	.003	.000	.003	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 3 Data 30 Responden Uji Validitas Shopping Lifestyle
Data Uji Validitas Shopping Lifestyle (X1)

Respond en	Item Pernyataan								Jumlah
	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	
1	4	4	5	4	4	5	5	5	36
2	3	3	3	4	5	4	3	3	28
3	3	2	5	3	2	2	2	3	22
4	4	5	5	4	4	5	4	4	35
5	3	4	5	4	4	3	4	4	31
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	3	4	3	4	4	4	4	4	30
8	4	4	5	4	5	4	4	4	34
9	5	4	4	3	3	5	4	4	32
10	4	4	5	4	2	5	4	4	32
11	5	4	3	4	4	5	4	5	34
12	2	3	4	3	3	3	5	5	28
13	3	4	4	5	5	4	4	5	34
14	3	4	4	3	4	5	4	5	32
15	5	3	3	3	4	5	5	4	32
16	4	5	3	5	5	5	3	4	34
17	3	5	1	3	4	5	5	5	31
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	4	5	5	4	3	5	4	4	34
20	4	3	3	1	5	2	5	3	26
21	4	4	3	3	3	3	3	4	27
22	4	5	5	4	4	5	4	4	35
23	5	4	5	4	5	4	5	4	36
24	3	2	3	2	3	4	4	4	25
25	4	3	3	3	3	5	5	5	31
26	4	5	5	5	5	5	5	5	39
27	3	3	4	5	2	3	3	4	27
28	4	3	4	3	3	3	4	3	27
29	4	3	4	4	5	4	3	4	31
30	3	3	2	4	4	4	3	3	26

Lampiran 4 Uji Validitas Discount (X2)
Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2
X2.1 Pearson Correlation	1	.479*	.568*	.822*
Sig. (2-tailed)		.007	.001	.000
N	30	30	30	30
X2.2 Pearson Correlation	.479*	1	.385*	.808*
Sig. (2-tailed)	.007		.036	.000
N	30	30	30	30
X2.3 Pearson Correlation	.568*	.385*	1	.787*
Sig. (2-tailed)	.001	.036		.000
N	30	30	30	30
X2 Pearson Correlation	.822*	.808*	.787*	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 5 Data 30 Responden Uji Validitas Discount (X2)
Data Uji Validitas Discount

Responden	Item Pernyataan			Jumlah
	X2.1	X2.2	X2.3	
1	5	3	5	13
2	4	2	2	8
3	5	5	5	15
4	5	5	5	15
5	5	5	5	15
6	4	4	4	12
7	5	3	5	13
8	5	5	4	14
9	5	4	3	12
10	5	4	3	12
11	5	4	5	14
12	3	3	3	9
13	5	5	4	14
14	3	5	4	12
15	4	3	3	10
16	3	5	3	11
17	5	2	5	12
18	5	5	5	15
19	5	5	5	15
20	3	2	4	9
21	4	3	4	11
22	5	5	5	15
23	5	5	5	15
24	4	3	5	12
25	3	3	3	9
26	5	5	5	15
27	3	3	4	10
28	3	3	3	9
9	4	3	3	10
30	3	2	4	9

Lampiran 6 Uji Validitas Impulse Buying
Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y
Y.1 Pearson Correlation	1	.669*	.642*	.594*	.515*	.310	.781*
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.004	.095	.000
N	30	30	30	30	30	30	30
Y.2 Pearson Correlation	.669*	1	.550*	.478*	.337	.197	.662*
Sig. (2-tailed)	.000		.002	.008	.069	.296	.000
N	30	30	30	30	30	30	30
Y.3 Pearson Correlation	.642*	.550*	1	.632*	.525*	.603*	.832*
Sig. (2-tailed)	.000	.002		.000	.003	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30
Y.4 Pearson Correlation	.594*	.478*	.632*	1	.721*	.635*	.871*
Sig. (2-tailed)	.001	.008	.000		.000	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30
Y.5 Pearson Correlation	.515*	.337	.525*	.721*	1	.565*	.792*
Sig. (2-tailed)	.004	.069	.003	.000		.001	.000
N	30	30	30	30	30	30	30
Y.6 Pearson Correlation	.310	.197	.603*	.635*	.565*	1	.739*
Sig. (2-tailed)	.095	.296	.000	.000	.001		.000

N		30	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.781*	.662*	.832*	.871*	.792*	.739*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N		30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 7 Data 30 Responden Uji Validitas Impulse Buying
Data Uji Validitas Impulse Buying (Y)

Responden	Item Pernyataan						Jumlah
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1	3	4	3	3	3	4	20
2	5	5	3	3	4	1	21
3	4	5	4	3	2	2	20
4	3	3	3	4	4	4	21
5	5	4	4	4	4	5	26
6	4	4	4	4	4	4	24
7	5	4	3	3	3	1	19
8	3	4	4	3	3	4	21
9	5	4	5	3	4	5	26
10	2	2	2	1	4	1	12
11	4	5	2	3	2	2	18
12	2	2	4	3	1	2	14
13	3	5	4	3	3	3	21
14	5	4	4	5	4	3	25
15	4	5	3	2	1	1	16
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	4	4	2	2	1	17
18	5	5	5	5	5	5	30

19	5	4	4	3	3	2	21
20	2	5	3	3	3	2	18
21	3	4	3	4	3	2	19
22	3	3	3	4	4	4	21
23	5	5	5	5	5	5	30
24	2	3	3	1	1	4	14
25	4	3	3	3	3	3	19
26	5	5	5	5	5	5	30
27	2	3	3	3	4	2	17
28	3	3	3	4	3	5	21
29	4	4	3	4	3	3	21
30	1	1	1	1	1	1	6

Lampiran 8 Uji Reliabilitas Shopping Lifestyle
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	8

Lampiran 9 Uji Reliabilitas Discount
Reliability Statistics

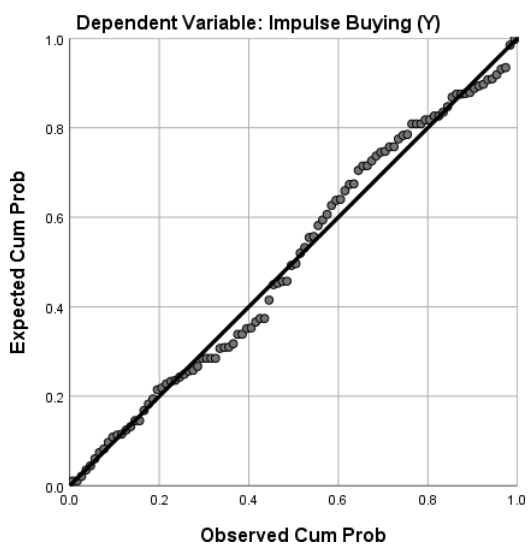
Cronbach's Alpha	N of Items
.719	3

Lampiran 10 Uji Reliabilitas Impulse Buying
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	6

Lampiran 11 Uji Asumsi Klasik – Uji Normalitas Residual

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



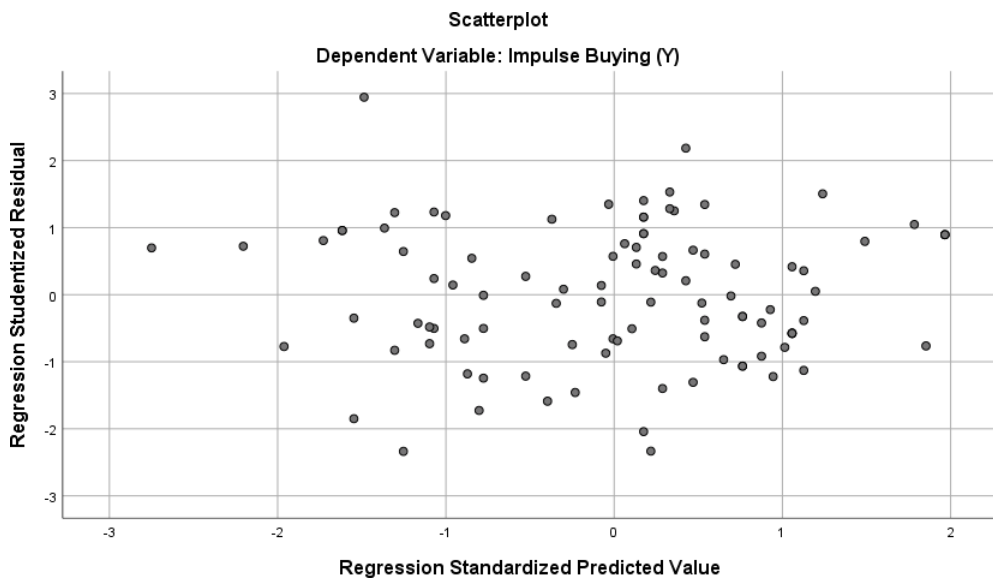
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.04357172
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.067
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 12 Uji Asumsi Klasik - Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 13 Uji Asumsi Klasik - Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Collinearity Statistics

Model		Tolerance	VIF
1	Shopping Lifestyle (X1)	.859	1.164
	Discount (X2)	.859	1.164

a. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)

Lampiran 14 Uji Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Mode		Unstandardized		Standardized		t	Sig.
		Coefficients		Coefficients			
1		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-4.247	2.916			-1.457	.148
	Shopping Lifestyle (X1)	.623	.093	.557		6.661	.000
	Discount (X2)	.385	.179	.180		2.155	.034

a. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)

Lampiran 15 Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1162.303	2	581.152	34.825	.000b
	Residual	1618.697	97	16.688		
	Total	2781.000	99			

a. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)

b. Predictors: (Constant), Discount (X2), Shopping Lifestyle (X1)

Lampiran 16 Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Standard Error of the Estimate
1	.646a	.418	.406	4.085

a. Predictors: (Constant), Discount (X2), Shopping Lifestyle (X1)

Lampiran 17 Kartu Bimbingan Skripsi

Bimbingan				
No	Dosen	Topik	Tanggal Bimbingan	Aksi
1	0725026901 - Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.	Proposal Revisi	30 Mar 2022	✘
2	0725026901 - Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.	Proposal ACC dengan catatan	31 Mar 2022	✘
3	0728046901 - Dra. Awin Mulyati, M.M.	bab 1 bab 2 lengkapi teori	8 Apr 2022	✘
4	0728046901 - Dra. Awin Mulyati, M.M.	Bab 3 perbaiki sumber data	12 Apr 2022	✘
5	0728046901 - Dra. Awin Mulyati, M.M.	bab 1- bab 3 ACC	20 Apr 2022	✘
6	0725026901 - Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.	Bab 3 tambahkan instrumen	21 Apr 2022	✘
7	0725026901 - Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.	Bab 1- Bab 3 ACC	22 Apr 2022	✘
8	0728046901 - Dra. Awin Mulyati, M.M.	Perbaiki kuisiomer	17 Mei 2022	✘
9	0728046901 - Dra. Awin Mulyati, M.M.	kuisiomer ACC,konsul dospem 1	19 Mei 2022	✘
10	0725026901 - Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.	Kuisiomer ACC	25 Mei 2022	✘
11	0728046901 - Dra. Awin Mulyati, M.M.	Bab 4 revisi sesuai anjuran	6 Jun 2022	✘
12	0728046901 - Dra. Awin Mulyati, M.M.	Bab 5 revisi rekomendasi	7 Jun 2022	✘
13	0728046901 - Dra. Awin Mulyati, M.M.	Bab 4 dan 5 ACC	8 Jun 2022	✘
14	0725026901 - Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.	Uji hipotesis dipindah	15 Jun 2022	✘
15	0725026901 - Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.	Revisi Bab 5	16 Jun 2022	✘
16	0725026901 - Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.	Bab 5 revisi saran	17 Jun 2022	✘
17	0725026901 - Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.	Bab 5 ACC	20 Jun 2022	✘
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	

Lampiran 18 Lembar Revisi Skripsi



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
 Gedung: F 101, Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fiip@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

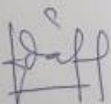
NBI dan Nama : Aulia Evarianti Suwandi 1121800067
 Program Studi : Administrasi Negara

Memerintahkan untuk mengadakan Revisi Skripsi sbb :

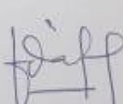
No	Keterangan Revisi
	Tidak ada revisi

Surabaya, 05/07/2022 9:59:03

Setuju telah direvisi,
 Dosen Punguji,


 (Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM)

Dosen Punguji,


 (Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM)



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
 Gedung: F 101, Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031 5925882, 5931800 psw. 159 e-mail : fisp@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

NBI dan Nama : Aulia Evianti Suwandi 1121800067
 Program Studi : Administrasi Niaga

Memerintahkan untuk mengadakan Revisi Skripsi sbb :

No	Keterangan Revisi
	Karakteristik responden (pekerjaan & pendapatan) perbaiki Persyaratan "purpose sampling" diperbaiki Pembahasan tdk perlu angka Statistik

Surabaya, 27/06/2022 14:45:08

Setuju telah direvisi,
 Dosen Penguji,

(DRS. AGUNG PUJIYANTO, MM)

Dosen Penguji,

(DRS. AGUNG PUJIYANTO, MM)



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
 Gedung: F.101, Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisp@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

NBI dan Nama : Aulia Evarianti Suwandi 1121800067
 Program Studi : Administrasi Niaga

Memerintahkan untuk mengadakan Revisi Skripsi sbb :

No	Keterangan Revisi
	cek kembali hasil responden penghasilan

Surabaya, 27/06/2022 14:20:49

Setuju telah direvisi,
 Dosen Penguji,

(Dra. Diana Juni Mulyati, MM)

Dosen Penguji,

(Dra. Diana Juni Mulyati, MM)

LAMPIRAN 19 HASIL UJI TURNITIN

