

**PENGARUH *STORE IMAGE*, *SHOPPING LIFESTYLE* DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP *IMPULSE BUYING*
PADA KONSUMEN TOKO INDAH BORDIR SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akhir Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis



OLEH :

DEVITA AYU PUJI LESTARI

NPM: 1121900099

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

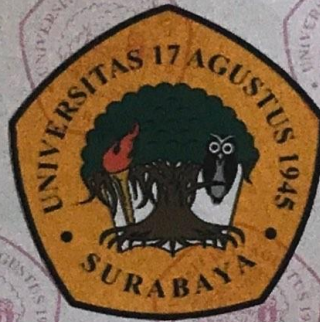
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2023

**PENGARUH *STORE IMAGE*, *SHOPPING LIFESTYLE*, DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP *IMPULSE BUYING*
PADA KONSUMEN TOKO INDAH BORDIR SIDOARJO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akhir Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



OLEH:

DEVITA AYU PUJI LESTARI

1121900099

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2023

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

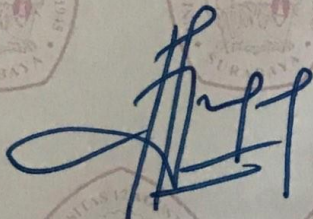
Nama : Devita Ayu Puji Lestari
NPM : 1121900099
Judul : Pengaruh *Store Image, Shopping Lifestyle, Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying* Pada Konsumen Toko Indah Bordir Sidoarjo

Surabaya, 27 Juni 2023

Mengetahui,

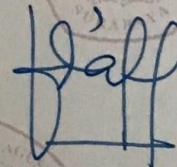
**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing**



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP

NPP: 20120.87.0103



Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM

NPP: 20120.93.0305

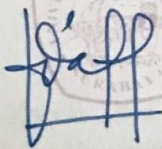
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 27 Juni 2023:

Dewan Penguji:

1. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM

Ketua

()

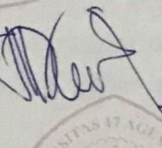
2. Dra. Awin Mulyati, MM

Anggota

()

3. Dra. Diana Juni Mulyati, MM

Anggota

()

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP

NPP: 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Devita Ayu Puji Lestari

NBI : 1121900099

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Store Image, Shopping Lifestyle* Dan Promosi Penjualan Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen Toko Indah Bordir Sidoarjo.

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya tulis adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkannya dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 27 Juni 2023



Penulis

(Devita Ayu Puji Lestari)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Devita Ayu Puji Lestari
NBI/ NPM : 1121900099
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi/~~Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

"Pengaruh *Store Image, Shopping Lifestyle* Dan Promosi Penjualan Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen Toko Indah Bordir Sidoarjo."

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 27 Juni 2023

Yang Menyatakan,



(Devita Ayu Puji L)

*Coret yang tidak perlu

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti sayang dan cinta yang tidak terhingga kepada kedua Orang Tua tercinta yang telah merawat, membimbing, melindungi, menasehati dengan tulus dan penuh keikhlasan serta mencurahkan segala kasih sayang dan cintanya, dan senantiasa mendoakan, memberikan semangat dan dukungan sepenuh hati. Serta kepada orang-orang di sekitar yang saya cintai dan terimakasih kepada almamater kebanggaan saya Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya karena sudah memberikan ilmu yang bermanfaat.

MOTTO

“Kesuksesan dan Kebahagiaan terletak pada diri sendiri. Tetaplah berbahagia karena kebahagiaanmu dan kamu yang akan membentuk karakter kuat untuk melawan kesulitan”

(Helen Keller)

“Skripsi adalah seni mengubah air mata menjadi motivasi”

(Devita)

ABSTRAK

Semakin berkembangnya *trend fashion* di Indonesia membuat persaingan dalam lini bisnis ini semakin meningkat, Salah satunya *fashion* toko Indah Bordir Sidoarjo. Indah Bordir merupakan toko yang menawarkan beragam varian pakaian dengan ciri khas bordirnya. Pengaruh dari citra toko Indah Bordir yang semakin dikenal oleh khalayak umum dan gaya berbelanja setiap konsumen yang berbeda-beda serta strategi promosi penjualan dari toko Indah Bordir yang bervariasi mampu membuat kondisi tersebut mempengaruhi *impulse buying* dari setiap konsumen dalam bertransaksi di toko Indah Bordir. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store image, shopping lifestyle* dan promosi penjualan terhadap *impulse buying* pada konsumen toko Indah Bordir Sidoarjo. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan subyek penelitian ini adalah konsumen Toko Indah Bordir Sidoarjo. Pengumpulan data menggunakan e-kuesioner melalui *google form* dengan metode *NonProbability Sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 100 sampel penelitian menyatakan bahwa *store image, shopping lifestyle* dan promosi penjualan mempengaruhi *impulse buying*. Hal ini didukung bahwa *Impulse Buying* dipengaruhi oleh variabel *Store Image, Shopping Lifestyle* dan Promosi Penjualan sebesar 59,2%. Upaya Indah Bordir Sidoarjo dalam mempengaruhi *impulse buying* pada setiap konsumen yaitu dengan cara meningkatkan kualitas produk sesuai dengan harga jual, selalu menampilkan desain secara *ter up to date* yang dapat membuat merk lebih terkenal daripada yang lain, serta memberikan penawaran paket harga bundle atau paket harga khusus keluarga. Hal tersebut secara efektif dapat membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian sehingga dapat meningkatkan penjualan pada Toko Indah Bordir Sidoarjo.

Kata kunci : *Store image, Shopping lifestyle, Promosi Penjualan, Impulse buying*

ABSTRACT

The growing trend of fashion in Indonesia has made competition in this line of business increasing, one of which is the Indah Bordir Sidoarjo fashion shop. Indah Bordir is a shop that offers various variants of clothing with embroidery characteristics. The influence of the image of Indah Bordir Shop, which is increasingly recognized by the general public and the different shopping styles of each consumer, as well as the varied sales promotion strategies of Indah Bordir Shop, are able to make these conditions affect the impulse buying of each consumer in transactions at Indah Bordir Shop. This study aims to determine the effect of store image, shopping lifestyle and sales promotion on impulse buying among consumers at the Indah Bordir shop in Sidoarjo. This research is a quantitative research with the subjects of this research are consumers of the Indah Bordir Shop, Sidoarjo. Data collection uses an e-questionnaire via google form with the NonProbability Sampling method. The results of this study indicate that the 100 research samples state that store image, shopping lifestyle and sales promotions influence impulse buying. It is supported that Impulse Buying is influenced by Store Image, Shopping Lifestyle and Sales Promotion variables by 59.2%. Indah Bordir Sidoarjo's efforts to influence impulse buying for each consumer are by increasing product quality according to the selling price, always displaying up-to-date designs that can make brands more famous than others, and offering bundle price packages or special price packages family. This can effectively make consumers interested in making purchases so that they can increase sales at the Indah Bordir Sidoarjo Shop.

Keywords: store image, shopping lifestyle, sales promotion, impulse buying

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh *Store Image, Shopping Lifestyle* dan Promosi Penjualan Terhadap *Impulse Buying* pada Konsumen Toko Indah Bordir Sidoarjo” dengan tepat waktu. Penyusunan Tugas Akhir ini sebagai salah satu syarat bagi mahasiswa untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Allah SWT, karena senantiasa memberikan kesehatan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini sampai dengan selesai
2. Pintu surgaku momy, terimakasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat dan doa yang diberikan selama ini. Terimakasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terimakasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala.
3. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP selaku dekan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dosen pembimbing dua yang telah memberikan arahan dan saran serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Agung Pujiyanto, MM selaku Wakil Dekan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
5. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM., selaku Kaprodi Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan selaku dosen pembimbing satu yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen pengajar prodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu serta referensi tentang materi penelitian.
7. Teruntuk pemilik NBI 1121900174 yang selalu memberikan semangat dengan kebahagiaan sederhana, terimakasih selalu menemani, menjadi tempat bertukar pikiran, tempat berkeluh kesah sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebahagiaan.

8. Nofani, Tamara, Desi, Mey, Ais dan Winda kebersamai penulis dari maba sampai dengan tugas akhir. Terimakasih atas segala support, waktu, dan kebaikan yang diberikan kepada penulis ini. *See you on top guys.*
9. Seluruh teman-teman Adbis Angkatan 19 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama dibangku perkuliahan ini.
10. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner
11. Seluruh pihak yang memberikan bantuan kepada bantuan, semangat dan doa baik kepada penulis namun tidak dapat disebutkan satu persatu.
12. Dan yang terakhir, terimakasih kepada diri penulis. Hebat bisa tetap berdiri tegap menghadapi segala lika liku hidup walau kadang jenuh dan ingin berhenti.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan pada penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya masukan berupa kritikan maupun saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat menjadi bahan referensi atau acuan dalam memberikan manfaat bagi pembaca serta pihak yang berkepentingan.

Surabaya, 12 Juni 2023

(Devita Ayu Puji Lestari)

DAFTAR ISI

COVER	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSUTUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Pembahasan	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Bauran Pemasaran	14
2.2.2 <i>Store Image</i>	15
2.2.3 <i>Shopping Lifestyle</i>	17

2.2.4 Promosi Penjualan.....	18
2.2.5 Impulse Buying.....	20
2.3 Definisi Konsep.....	22
2.4 Definisi Operasional.....	23
2.5 Pola Hubungan antar Variabel	24
2.6 Kerangka Dasar Pemikiran.....	25
2.7 Hipotesis.....	26
BAB III.....	27
METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Rancangan Penelitian	27
3.2 Populasi dan Sampel	27
3.2.1 Populasi	27
3.2.2 Sampel.....	28
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	29
3.3.1 Skala Pengukuran.....	29
3.3.2 Instrumen Penelitian.....	29
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	30
3.4.1 Jenis Data	30
3.4.2 Sumber Data.....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6 Teknik Analisis Data.....	31
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	31
BAB IV	35
PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Penyajian Data	35
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.2 Karakteristik Responden	36
4.1.3 Uji Instrumen.....	39
4.2 Tabulasi Data	42
4.2.1 Variabel <i>Store Image</i> (X1).....	42
4.2.2 Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> (X2).....	45

4.2.3 Variabel Promosi Penjualan (X3).....	48
4.2.4 Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y).....	51
4.2.5 Analisis Rata-Rata.....	54
4.3 Analisis Data	59
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	59
4.3.2 Uji Regresi Linier Berganda.....	63
4.3.3 Uji Hipotesis.....	65
4.4 Pembahasan.....	67
BAB V.....	69
PENUTUP.....	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Rekomendasi.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3. 1 Skala Likert	29
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	38
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Konsumen Yang Pernah Membeli Ke Toko Indah Bordir Sidoarjo	38
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4. 8 Tabulasi Data Nilai Jawaban Responden Variabel Store Image	42
Tabel 4. 9 Tabulasi Data Nilai Jawaban Responden Variabel Shopping Lifestyle (X2)	45
Tabel 4. 10 Tabulasi Data Nilai Jawaban Responden Variabel Promosi Penjualan(X3)	48
Tabel 4. 11 Tabulasi Data Nilai Jawaban Responden Variabel Impulse Buying (Y)	51
Tabel 4. 12 Interval Rasio.....	54
Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Responden dan Nilai Mean Store Image (X1)	55
Tabel 4. 14 Distribusi Frekuensi Responden dan Nilai Mean Shopping Lifestyle(X2)	56
Tabel 4. 15 Distribusi Frekuensi Responden dan Nilai Mean Promosi Penjualan(X3)	57
Tabel 4. 16 Distribusi Frekuensi Responden dan Nilai Mean Impulse Buying (Y)	58
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	64
Tabel 4. 20 Hasil Uji t	65
Tabel 4. 21 Hasil Pengujian Uji Determinasi (Uji-R2)	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Toko Indah Bordir Sidoarjo	2
Gambar 1. 2 Hedonitas konsumen.....	3
Gambar 1. 3 Undian dan Diskon Di Toko Indah Bordir Sidoarjo	4
Gambar 1. 4 Produk Indah Bordir Sidoarjo.....	5
Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pikir	25
Gambar 4. 1 Varian Produk Toko Indah Bordir Sidoarjo.....	35
Gambar 4. 2 Uji Normalitas Model Histogram	60
Gambar 4. 3 Uji Normalitas Data P-Plot	60
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lampiran Kuisisioner Penelitian	75
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data Responden	79
Lampiran 3 Hasil Uji	91
Lampiran 4 Kartu Bimbingan.....	99
Lampiran 5 Lembar Revisi.....	101
Lampiran 6 Surat Keterangan Turnitin.....	104
Lampiran 7 Hasil Turintin.....	105