

PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *DISPLAY PRODUCT*, DAN *DISCOUNT* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA RAMAYANA CAHAYA *LIFESTYLE DEPARTMENT STORE* BG JUNCTION SURABAYA

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Program Studi
Administrasi Bisnis SI**



OLEH:

Ira Kusuma

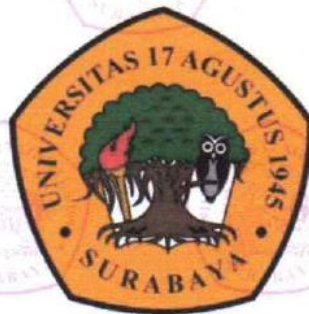
NBI: 1122000043

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *DISPLAY PRODUCT*, DAN *DISCOUNT* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA RAMAYANA CAHAYA *LIFESTYLE DEPARTMENT STORE* BG JUNCTION SURABAYA

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Program Studi
Administrasi Bisnis SI**



OLEH:

Ira Kusuma

NBI: 1122000043

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ira Kusuma

NIM : 1122000043

Judul : Pengaruh *Shopping Lifestyle, Display Product, Dan Discount Terhadap Impulse Buying* Pada *Ramayana Cahaya Lifestyle Department Store BG Junction Surabaya*

Surabaya, 20 Juni 2024

Mengetahui

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


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP. 20120.87.0103

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing I


Dra. Awin Mulyati, M.M.
NPP 20120.92.0283

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 10 Juni 2024 :

Dewan Penguji :

1. Dra. Awin Mulyati, M.M.

Ketua

()

2. Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.

Anggota

()

3. Dra. Sri Andayani, M.M.

Anggota

()

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

NPP. 20120.87.0103

LEMBAR PERYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Ira Kusuma
NPM : 1122000043
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Shopping Lifestyle, Display Product, Dan Discount Terhadap Impulse Buying* Pada Ramayana Cahaya *Lifestyle Department Store* BG Junction Surabaya

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan atau 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 menyantumkan sumber dan menyatumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak menyantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

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

Surabaya, 20 Juni 2024



Ira Kusuma



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 sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ira Kusuma

NBI : 1122000043

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Program Studi: Administrasi Niaga

Jenis Karya : Skripsi

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

“Pengaruh Shopping Lifestyle, Display Product, Dan Discount Terhadap Impulse Buying Pada Ramayana Cahaya Lifestyle Department Store BG Junction Surabaya”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal: 20 Juni 2024

Yang



Ira Kusuma

MOTTO

"Pengetahuan yang baik adalah yang memberikan manfaat, bukan hanya diingat"

- Imam Syafi'i

"Keberhasilan adalah perjalanan panjang dari satu kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat."

– Winston Churchill

ABSTRACT

From sales and income data in 2023, it can be seen that there will be a decline in offline fashion purchases so companies must be able to create proactive marketing strategies. The store has taken various methods and from the results of the data obtained, potential consumers tend to make purchases of fashion items that are trending in society. . By paying attention to Shopping Lifestyle, Product Display and Discounts, it is hoped that this will encourage consumers to do Impulse Buying. This research aims to determine and analyze the influence of Shopping Lifestyle, Product Display, and Discounts on Impulse Buying at Ramayana Cahaya Lifestyle Department Store BG Junction Surabaya. and to find out the variables that have a dominant influence on Impulse Buying. The research method used in this research is quantitative research using questionnaires as a data collection instrument. The population used in this research were all people who shopped at Ramayana Cahaya Lifestyle Department Store Bg Junction Surabaya and the sampling technique used was non-probability sampling (non-random sampling) with a purposive sampling method with a total of 100 respondents. The results of this research show that the Shopping Lifestyle variable and the Product Display variable have a positive and significant influence on Impulse Buying so H_0 is rejected and H_a is accepted, the Discount variable has a positive and insignificant influence on Impulse Buying so that H_a is rejected, and Shopping Lifestyle, Product Display, and Discounts influence simultaneously or simultaneously on Impulse Buying, then H_0 is rejected and H_a is accepted, then the variable that has the dominant influence is Shopping Lifestyle

Keywords : Shopping Lifestyle, Product Displays, Discounts and Impulsive Buying

ABSTRAK

Dari data penjualan dan pendapatan pada tahun 2023 terlihat adanya penurunan pada pembelian fashion *secara offline* sehingga perusahaan harus mampu menciptakan strategi pemasaran yang proaktif, Pihak toko telah menempuh berbagai cara dan dari hasil data yang didapat calon konsumen melakukan pembelian cenderung pada barang fashion yang sedang tren dimasyarakat. Dengan memperhatikan *Shopping Lifestyle*, *Display Product* dan *Discount* diharapkan dapat menjadi dorongan konsumen dalam melakukan *Impulse Buying*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *Shopping Lifestyle*, *Display Product*, Dan *Discount* terhadap *Impulse Buying* pada Ramayana Cahaya Lifestyle Department Store BG Junction Surabaya. dan untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap *Impulse Buying*. Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuisioner sebagai instrumen pengumpulan data. Adapun populasi yang digunakan pada penelitian ini semua masyarakat yang berbelanja di Ramayana Cahaya Lifestyle Department Store Bg Junction Surabaya dan menggunakan teknik sampel yang digunakan adalah non-probability sampling (pengambilan sampel secara tidak acak) dengan metode purposive sampling dengan jumlah 100 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa variabel *Shopping Lifestyle* dan variabel *Display Product* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* maka H_0 ditolak dan H_a diterima, variabel *Discount* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Impulse Buying* sehingga H_0 ditolak, dan *Shopping Lifestyle*, *Display Product*, dan *Discount* berpengaruh secara bersama sama atau simultan terhadap *Impulse Buying* maka H_0 ditolak dan H_a diterima kemudian variabel yang memiliki pengaruh dominan adalah *Shopping Lifestyle*.

Kata Kunci : *Shopping Lifestyle, Display Product, Discount dan Impulse Buying*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah senantiasa memberikan nikmat nya berupa kesehatan, ilmu, dan kelancaran sehingga peneliti mampu untuk menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Shopping Lifestyle, Display Product, Dan Discount Terhadap Impulse Buying* Pada Ramayana Cahaya Lifestyle Department Store BG Junction Surabaya” ini. Shalawat serta salam kepada nabi besar kita Muhammad SAW, semoga kita semua termasuk orang yang mendapatkan syafaatnya. Terima kasih peneliti ucapkan kepada teman-teman dan kerabat dengan dukungannya akhirnya peneliti dapat menyusun skripsi ini hingga selesai. Dalam kesempatan ini secara khusus peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada.

1. Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan nikmatnya yang tak terhingga, sehingga peneliti diberi kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini
2. Prof. Dr. Mulyanto, MM, CMA., CPA, selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
3. Dr, Dra. Ayun Maduwinarti, M.P, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
4. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. selaku kepala prodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
5. Dra. Awin Mulyati, M.M selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan waktu dan arahan kepada peneliti agar dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat

6. Dra. Diana Juni Mulyati, M.M. selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan waktu dan arahan kepada peneliti agar dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat
7. Kedua orang tua penulis dan yang telah mendukung penuh dan membiayai kuliah peneliti serta senantiasa mendoakan kelancaran dan kekuatan, untuk kehidupan peneliti
8. Teman- teman dan Sahabat yang telah membantu selama penelitian yang banyak membantu menemani dan memberi semangat kepada penulis.
9. Seluruh narasumber yang telah memberikan waktu dan informasinya untuk membantu saya dalam penyusunan skripsi.
10. Semua pihak yang belum saya sebutkan satu persatu yang telah membantu serta memberikan doa dan dukungan saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti berharap dapat menerima kritikan dan saran yang bersifat membangun agar lebih baik untuk penelitian yang akan dilaksanakan dimasa yang akan datang, akhir kata peneliti ucapkan, semoga penelitian ini mempunyai manfaat bagi pembacanya

Wassalamualaikum Wr. Wb

Surabaya, 30 Mei 2024

Ira Kusuma

DAFTAR ISI

JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO.....	vvi
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 <i>Shopping Lifestyle</i> (Gaya Hidup Berbelanja)	19
2.2.2 <i>Display Product</i> (Penataan Produk).....	21
2.2.3 <i>Discount</i> (Potongan Harga).....	27
2.2.4 <i>Impulse Buying</i> (Pembelian tidak terencana)	29
2.3 Definisi Konsep.....	32

2.4 Definisi Operasional.....	33
2.5 Pola Hubungan Antar Variabel	35
2.6 Kerangka Berfikir.....	38
2.7 Hipotesis.....	39
BAB III METODELOGI PENELITIAN	43
3.1 Rancangan Penelitian	43
3.2 Populasi dan Sampel	44
3.2.1 Populasi	44
3.2.2 Sampel.....	44
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	46
3.3.1 Skala Pengukuran.....	46
3.3.2 Instrumen Penelitian.....	48
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	48
3.4.1 Jenis Data	48
3.4.2 Sumber Data.....	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data	48
3.6 Teknik Analisis Data.....	49
3.6.1 Regresi Linear Berganda	49
3.6.2 Uji Instrumen Penelitian.....	50
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	51
3.6.4 Uji Hipotesis.....	53
BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISA, DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Penyajian Data	55
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	55
4.1.2 Karakteristik Responden	57
4.1.3 Uji Instrumen.....	60
4.1.4 Tabulasi Data.....	62
4.1.5 Deskripsi Variabel Penelitian.....	80
4.2 Analisa Data	96
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	96

4.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	102
4.2.3 Uji Hipotesis.....	105
4.3 Pembahasan.....	111
4.3.1 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	111
4.3.2 Pengaruh <i>Display product</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	112
4.3.3 Pengaruh <i>Discount</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	113
4.3.4 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle, Display Product, dan Discount Terhadap Impulse Buying</i>	114
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	115
5.1 Simpulan	115
5.2 Rekomendasi	116
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN.....	124

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pendapatan & Penjualan Ramayana	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Skala likert	46
Tabel 3.2 Skala Interval.....	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	60
Tabel 4.5 Uji Validitas	61
Tabel 4.6 Uji Realibilitas.....	62
Tabel 4.7 Skala Interval	63
Tabel 4.8 Tabulasi Data Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> (X1).....	63
Tabel 4.9 Tabulasi Data Variabel <i>Display Product</i> (X2)	68
Tabel 4.10 Tabulasi Data Variabel <i>Discount</i> (X3)	72
Tabel 4.11 Tabulasi Data <i>Impulse Buying</i> (Y)	76
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Kuisioner <i>Shopping Lifestyle</i> (X1).....	81
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Kuisioner <i>Display Product</i> (X2).....	84
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Kuisioner <i>Discount</i> (X3)	88
Tabel 4.15 Distribusi Frekuesni Kuisioner <i>Impulse Buying</i> (Y)	92
Tabel 4.16 Uji Linearitas <i>Shopping Lifestyle</i> (X1)	97
Tabel 4.17 Uji Linearitas <i>Display Product</i> (X2)	97
Tabel 4.18 Uji Linearitas <i>Discount</i> (X3).....	98

Tabel 4.19 Uji normalitas Kolmogrov-Smirnov	100
Tabel 4.20 Uji Multikolinearitas	101
Tabel 4.21 Analisis Linear Berganda	103
Tabel 4.22 Uji Parsial (Uji t)	105
Tabel 4.23 Uji Simultan (Uji F)	108
Tabel 4.24 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Produk yang dibeli	1
Gambar 2.1 Kerangka berfikir	39
Gambar 4.1 Uji Kolmogrov-Smirnov	99
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas	102

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	125
Lampiran 2 Karakteristik Responden	133
Lampiran 3. Tabulasi Data	134
Lampiran 4 Uji Instrumen	151
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik.....	153
Lampiran 6. Uji Analisis Linear Berganda	156
Lampiran 7. Uji Hipotesis	157
Lampiran 8 Karbim	159
Lampiran 9 Lembar Revisi	161
Lampiran 10. Hasil Turnitin Untag	164
Lampiran 11. Hasil Turnitin Jurnal	165
Lampiran 12 Surat Bebas Laboratorium	166