

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *STORE ATMOSPHERE*,
KERAGAMAN PRODUK DAN *PRICE REDUCTION* TERHADAP
PERILAKU *IMPULSE BUYING* KONSUMEN MR. DIY SOLO SQUARE**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Diajukan Oleh :

MUHAMMAD AHLAN FAUZAN JAWAHIR

B100170237

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE, STORE ATMOSPHERE,
KERAGAMAN PRODUK DAN PRICE REDUCTION TERHADAP
PERILAKU IMPULSE BUYING KONSUMEN MR. DIY SOLO SQUARE**

Yang ditulis dan disusun oleh:

MUHAMMAD AHLAN FAUZAN JAWAHIR
B100170237

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 21 Juni 2021

Pembimbing



(Basworo Diby, S.E., M.Si.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)

NIP 19570217 1986 031 001

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE, STORE ATMOSPHERE,
KERAGAMAN PRODUK DAN PRICE REDUCTION TERHADAP
PERILAKU IMPULSE BUYING KONSUMEN MR. DIY SOLO SQUARE**

Oleh:

MUHAMMAD AHLAN FAUZAN JAWAHIR
B100170237

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin, 21 Juni 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan Penguji:

1. Sri Murwanti, S.E., M.M.

(Ketua Dewan Penguji)

2. Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D.

(Anggota I Dewan Penguji)

3. Basworo Dibyo, S.E., M.Si.

(Anggota II Dewan penguji)

(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)

NIP-19570217 1986 031 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Ahlan Fauzan Jawahir
NIM : B100170237
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Shopping Lifestyle, Store Atmosphere, Keragaman Produk dan Price Reduction* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Konsumen Mr. Diy Solo Square

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 21 Juni 2021

Yang membuat pernyataan,

(Muhammad Ahlan Fauzan Jawahir)

MOTTO

**“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu. Sesungguhnya Allah senantiasa bersama dengan orang-orang yang sabar”
(Al-Baqarah: 152-153)**

**“Sebesar keinsyafanmu, sebesar itu pula keuntunganmu”
(K.H Imam Zarkasyi)**

**“Hidup adalah belajar, kalau kamu tidak belajar, kamu tidak hidup”
(Penulis)**

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas berkah, rahmat, dan limpahan nikmat-Nya berupa kesehatan dan kesempatan, penulis diberikan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maha karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang selalu memberikan kemudahan, nikmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan suri tauladan baik dan membawa umatnya dari zaman kegelapan menuju jalan yang terang menderang
3. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Ahmad Jawahir dan Ibu Isnaeni yang telah memberikan sebuah kasih sayang, nasihat, motivasi, dukungan, serta tak hentinya mendoakan untuk kemudahan dan keberkahan perjalanan hidup saya.
4. Adik saya Muhammad Naufal Aulia Rahman dan Fauziah Zahra Kamila yang selalu memberikan tawa, semangat dan nasihat sehingga membangkitkan semangat saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan doa.
6. Pembimbing skripsi Bapak Basworo Dibyo, SE., MSi yang telah membimbing dalam penulisan skripsi ini.
7. Sahabat serta teman-teman semua yang telah memberikan semangat dan dukungan.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *shopping lifestyle*, *store atmosphere*, keragaman produk dan *price reduction* terhadap perilaku *impulse buying* MR. DIY Solo Square. Metode penelitian yang digunakan adalah metode dengan pendekatan kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu yaitu konsumen MR. DIY Solo Square. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non *probability sampling* dengan jumlah responden sebanyak 116 responden dan data yang digunakan adalah data primer berupa kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Shopping lifestyle* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku *Impulse Buying* (2) *Store Atmosphere* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku *Impulse Buying* (3) Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *Impulse Buying* (4) *Price Reduction* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku *Impulse Buying*

Kata kunci : *Shopping lifestyle*, *Store Atmosphere*, Keragaman Produk, *Price Reduction*, *Impulse Buying*.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of shopping lifestyle, store atmosphere, product diversity and price reduction on MR impulse buying behavior. DIY Solo Square. The research method used is a method with a quantitative approach used to examine certain populations or samples, namely MR. DIY Solo Square consumers. Sampling was done by non-probability sampling method with a total of 116 respondents and the data used were primary data in the form of a questionnaire. The data analysis method used is multiple regression analysis. The results of this study indicate that (1) Shopping lifestyle has no significant positive effect on Impulse Buying behavior (2) Store Atmosphere has no significant positive effect on Impulse Buying behavior (3) Product diversity has a positive and significant effect on Impulse Buying behavior (4) Price Reduction has an effect significant positive on Impulse Buying behavior.

Keywords: *Shopping lifestyle, Store Atmosphere, Product Diversity, Price Reduction, Impulse Buying*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, nikmat dan innayah-Nya pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Pengaruh Shopping Lifestyle, Store Atmosphere, Keragaman Produk dan Price Reduction Terhadap Perilaku Impulse Buying*”. Tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita nabi besar kita Rasulullah Muhammad SAW karena dengan perjuangannya telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan, umat terbaik dan juga telah menuntun kita dari jaman yang gelap gulita sampai jaman yang terang benderang pada saat ini demi mencapai ridho Allah.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan nikmat dan melimpahkan segala rahmat, hidayat, petunjuk, dan ridho-Nya kepada penulis, dari awal penyusunan skripsi hingga akhir dengan lancar dan tepat waktu. Dan juga nabi besar, Muhammad SAW yang telah memberikan keteladanan yang dapat menjadi tauladan bagi kami.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Imronudin, M.Si., Ph.D. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Ibu Sri Murwanti, S.E., M.M. selaku pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan dorongan semangat dalam hal akademik.

6. Bapak Basworo Dibyo, S.E., M.Si. selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan ilmu dan dorongan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
7. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Program Studi Manajemen yang telah membimbing dan memberikan ilmunya serta membantu dalam bidang akademik dan administrasi penulis.
8. Ibu dan Bapak serta adik tercinta yang telah memberikan doa, kasih sayang dan dukungan bagi keberhasilan penulis.
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti penting dalam penyusunan skripsi ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian, maka dari itu saran dan kritik yang membangun sangat diperlukan untuk penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Wasalamu'alaikum wr.wb.

Surakarta, Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. <i>Impulse Buying</i>	7
2. <i>Shopping Lifestyle</i>	10
3. <i>Store Atmosphere</i>	12
4. Keragaman Produk.....	14
5. <i>Price Reduction</i>	16
B. Penelitian Terdahulu.....	18
C. Metode Penelitian.....	24
D. Pengembangan Hipotesis.....	25

BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	30
B. Populasi, Sampling dan Teknik Pengambilan Sampling	31
C. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	32
D. Sumber Data.....	35
E. Metode Pengumpulan Data.....	35
F. Metode Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Analisis Deskripsi Responden.....	43
B. Uji Instrumen Penelitian	46
C. Uji Asumsi Klasik.....	50
D. Uji Hipotesis.....	52
E. Uji Kelayakan Model	53
F. Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP.....	63
A. Simpulan	63
B. Keterbatasan Penelitian.....	64
C. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Sebulan.....	45
Tabel 4. 5 Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Shopping Lifestyle</i>	47
Tabel 4. 6 Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Store Atmosphere</i>	47
Tabel 4. 7 Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Keragaman Produk.....	48
Tabel 4. 8 Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Price Reduction</i> ...	48
Tabel 4. 9 Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Perilaku <i>Impulse Buying</i>	49
Tabel 4. 10 Ringkasan Hasil Analisis Reliabilitas Variabel	49
Tabel 4. 11 Ringkasan Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4. 12 Ringkasan Hasil Uji Multikolinieritas	51
Tabel 4. 13 Ringkasan Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji <i>Glejser</i>).....	51
Tabel 4. 14 Ringkasan Hasil Regresi Linear Berganda dan Uji determinasi.....	52
Tabel 4. 15 Ringkasan Model	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	24
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 2. Hasil Uji Instumen Penelitian.....	73
Lampiran 3. Uji Asumsi Klasik	78
Lampiran 4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	80