

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN
IMPULSIF BUSANA MUSLIM DI JAKARTA (STUDI KASUS :
PENGUNJUNG TOKO BUSANA MUSLIM DI *THAMRIN CITY*)**

**MARDHIANA LUPITASARI
8215102978**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2014**

**FACTORS AFFECTING IMPULSIVE BUYING OF MOSLEM
FASHION IN JAKARTA (CASE STUDY: SHOPPERS IN MOSLEM
FASHION STORE IN THAMRIN CITY**

**MARDHIANA LUPITASARI
8215102978**




**Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Bachelor of
Economics**

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
MARKETING CONCENTRATION
DEPARTEMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2014**






LEMBAR PENGESAHAN

**Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi**



Drs. Dedi Purwana, E.S., M.Bus

NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Gatot Nazir Ahmad, SSi, MSi</u> NIP. 197205062006041002	Ketua		22 Juli 2014
2. <u>Agung Kresnamurti R.P, ST, MM</u> NIP. 197404162006041001	Sekretaris		22 Juli 2014
3. <u>Dr. Mohammad Rizan, SE, MM</u> NIP. 197206272006041001	Penguji Ahli		22 Juli 2014
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, MM</u> NIP. 197206171999031001	Pembimbing I		22 Juli 2014
5. <u>Usep Suhud, Ph.D</u> NIP. 197202122008121001	Pembimbing II		22 Juli 2014

Tanggal Lulus : 22 Juli 2014

ABSTRAK

Mardhiana Lupitasari, 2014; Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif Busana Muslim di Jakarta (Studi Kasus: Pengunjung Toko Busana Muslim di *Thamrin City*). Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si & Usep Suhud, Ph.D

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan pengujian pada *fashion involvement*, *hedonic consumption tendency*, dan *sales promotion* terhadap *impulsive buying*. Objek penelitian ini adalah pengunjung toko busana Muslim di Jakarta. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung toko busana Muslim di Jakarta yang melakukan pembelian. Total sampel pada penelitian ini berjumlah 200 orang. Pilot studi dilakukan kepada 50 orang responden. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS 21 dan AMOS 21. Hasil dari penelitian ini menunjukkan secara umum factor-faktor yang mempengaruhi *impulsive buying* adalah variabel *fashion involvement*, *hedonic consumption tendency* dan *sales promotion*. Pada Model, variabel *fashion involvement* terhadap *hedonic consumption tendency*, *fashion involvement* terhadap *impulsive buying*, serta *hedonic consumption tendency* terhadap *impulsive buying* berpengaruh positif, tetapi *sales promotion* terhadap *impulsive buying* tidak memiliki pengaruh positif. Memiliki nilai fit model dengan P sebesar 0.22, CMIN/DF sebesar 1.07, TLI sebesar 0.96, CFI sebesar 0.96 dan RMSEA sebesar 0.02. Hasil dari penelitian ini bermanfaat sebagai sumber informasi yang berguna bagi pengelola manajerial pusat perbelanjaan Thamrin City dan bagi pemilik toko busana Muslim di Thamrin City, sebagai bahan penilaian untuk melakukan strategi bisnis yang tepat. Didukung dengan faktor keterlibatan fashion, kecenderungan konsumsi hedonis, promosi penjualan sehingga mampu mendorong perilaku pembelian impulsif di toko busana Muslim di Thamrin City.

Kata kunci: *fashion involvement*, *hedonic consumption tendency*, *sales promotion*, *impulsive buying*

ABSTRACT

Mardhiana Lupitasari, 2014; Factors Affecting Impulsive Buying Moslem Fashion in Jakarta (Case Study: Shoppers in Moslem Fashion Store in Thamrin City). Thesis, Jakarta: Marketing Management, Management, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta. Advisory: Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si & Usep Suhud, Ph.D

The purpose of this study was to find the factors that influence the determinants of variable fashion involvement, hedonic consumption tendency, sales promotion and impulsive buying. The main object of this study was Moslem fashion shoppers. Methods of data collection in this study using a survey method. The population in this study are Moslem fashion shoppers that purchased. The total sample in this study amounted to 200 people. Pilot studies were conducted to 50 respondents. The analytical tool used was SPSS 21 and AMOS 21. Results of this study indicate that in general the determinant factors influencing impulsive buying is fashion involvement, hedonic consumption tendency, and sales promotion. In Model, fashion involvement on hedonic consumption tendency, fashion involvement on impulsive buying, hedonic consumption tendency on impulsive buying has positive effect, but sales promotion on impulsive buying hasn't positive effect. Fit model values with P at 0.22 , CMIN / DF of 1.07, TLI of 0.96, CFI of 0.96, and RMSEA at 0.02. The results of this study useful as information for the shopping centre manager Thamrin City and for owner store as consideration to make the right business strategy. Supported by the determinant factors such as fashion involvement, hedonic consumption tendency, sales promotion so can increase impulsive buying in Moslem fashion store in Thamrin City.

Keywords: fashion involvement, hedonic consumption tendency, sales promotion, impulsive buying

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia kepada penulis. Serta kepada semua pihak yang telah mendukung sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif Busana Muslim di Jakarta (Studi Kasus: Pengunjung Toko Busana Muslim di *Thamrin City***”.

Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si dan Bapak Usep Suhud, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi. Motivasi dan pengajaran yang diberikan sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Dr. Hamidah, SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.
4. Bapak Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.
5. Bapak Dr. Mohammad. Rizan, SE, MM dan Bapak Agung Kresnamurti R. P, ST, MM selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan kritik sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Para dosen dan seluruh karyawan/staf pegawai Universitas Negeri Jakarta atas bantuan yang diberikan selama peneliti mengikuti studi.

7. Chatarina Suprihatin, ibu tercinta yang selalu memberikan kasih sayang dan doa tiada henti. Tidak pernah lelah mendengar keluh kesah peneliti selama proses pengerjaan skripsi.
8. Yustinus Mardiyanto, ayah tercinta yang selalu memberi dukungan dan doa. Nasihat dan pelajarannya selama ini menjadi semangat untuk menyelesaikan skripsi.
9. Yustinus Bima Mustika, adik tercinta yang selalu membantu peneliti selama proses pengerjaan skripsi.
10. Mikhael Andreas Suranta Bangun yang selalu memberi semangat dan motivasi kepada peneliti.
11. Astrid Laurenza Larasati dan Siti Fauzia Septyani yang selalu ada dalam suka maupun duka, memberi semangat peneliti. Terimakasih untuk kebersamaannya selama ini.
12. *Squad Marketing*: Frista Marassabessy, Wita Nuranindya, Norita Putriananda Haditya, Lestari Nur Permadi, Rizki Fadli yang telah banyak membantu dan memberi semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi.
13. Ghassani Herstanti, Meli Muljayanti, Estu Setiyoaji, Cattleya Putri, Inka Winarni, Asma Nabila, dan teman-teman MOT lainnya. Terimakasih kalian semua telah memberi warna selama empat tahun ini.
14. Para senior: Anak Agung Anom Rama Wijaya, Yohanes Budi, Aditya Tirtamadenda, Thomas Widjanarko dan senior lain yang telah banyak membantu peneliti.

15. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih peneliti atas kebaikan yang telah anda semua berikan selama ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, Juli 2014

Peneliti