

SKRIPSI

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*, *SALES PROMOTION*
DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
*BRAND FASHION GIORDANO***



Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

MUHAMMAD BARKATULLAH AMIN

NIM : 2110312210004

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

BANJARMASIN

2025

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*, *SALES PROMOTION*, *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND FASHION GIORDANO***

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:
MUHAMMAD BARKATULLAH AMIN
NIM : 2110312210004

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 14 Juli 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing



Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM
NIP. 19670909199303 1001

Mengetahui

Koordinator Program Studi S1 Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Muhammad Barkatullah Amin
Nim : 2110312210004
Jurusan/Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation, Sales Promotion* dan *Shopping Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian *Brand Fashion* Giordano
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Senin, 14 Juli 2025
Waktu Ujian : 08.00 – 10.00 WITA

TIM PENGUJI

Pembimbing : Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM


(.....)

Penguji I : Dr. Raden Roro Prihatiningrum, SE, M.Si, CMA, CPM (Asia)


Penguji II : Mohammad Yudy Rachman SE, MM

LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian skripsi yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat :

Nama : Muhammad Barkatullah Amin
NIM : 2110312210004
Jurusan/Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation*, *Sales Promotion*, dan *Shopping Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian *Brand Fashion* Giordano
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Hari/Tanggal : Senin, 14 Juli 2025
Tempat : Ruang C3
Waktu Ujian : 08.00 – 10.00 WITA

Dengan demikian telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran dan Tim Penguji:

No	Nama Tim Penguji	Jabatan	Tanda Tangan Dosen
1	Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM	Pembimbing	

Mengetahui
Koordinator Program Studi S1 Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

Banjarmasin, 14 Juli 2025

Mahasiswa



Muhammad Barkatullah Amin
NIM. 2110312210004

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkap sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 11 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Muhammad Barkatullah Amin

NIM. 2110312210004

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, petunjuk, karunia-Nya sehingga penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation*, *Sales Promotion* dan *Shopping Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian *Brand Fashion* Giordano” ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat akademis untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari bahwa pencapaian ini tidak akan terwujud tanpa dukungan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, dan arahan dalam proses penyelesaian skripsi ini, yaitu kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, segala puji syukur atas segala kemudahan yang diberikan oleh-Nya sehingga akhirnya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

4. Bapak Abdul Hadi, SE., M.Si., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan pedoman dan arahan dalam proses pengerjaan skripsi.
5. Bapak Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan penuh kepada penulis berupa pemikiran, ilmu pengetahuan, serta saran dalam proses penyusunan skripsi hingga selesai.
6. Ibu Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si, CMA, CPM (Asia) dan Bapak Muhammad Yudy Rahman, SE, MM selaku Dosen Penguji yang telah membantu dan memberikan saran dalam penyempurnaan penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing, serta memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis sebagai bekal dalam menjalankan kehidupan di masa yang akan datang.
8. Kedua orang tua saya, Bapak Wardhani dan Ibunda Rohayati serta saudara saya Rahmah Hidayah dan kerabat terdekat yang selalu membimbing serta memberi dukungan saya dari awal hingga akhir perkuliahan.

9. Sahabat-sahabat saya selama masa kuliah Siti Maulida Sari, Akhmad Raihani, Dhea Aliffa Putri, Putri Agustina, Lilis Sundari, Michael Aldira, Noor Alike, dan Ahmad Bagus Permadi yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada saya.
10. Untuk seseorang yang belum bisa penulis tulis dengan jelas namanya disini, namun sudah tertulis jelas di *Lauhul Mahfudz* untuk penulis. Terimakasih sudah menjadi salah satu sumber motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi sebagai salah satu bentuk penulis memantaskan diri. Meskipun saat ini penulis tidak tahu keberadaanmu entah dibumi bagian mana, semoga kita lekas bertemu.
11. Kepada diri saya sendiri Muhammad Barkatullah Amin. Apresiasi sebesar-sebesarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini, terima kasih memilih tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, walaupun sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan. Tetaplah menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan untuk tidak menyerah sesulit apapun tantangan ini.
Appreciate yourself and i proud of you.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran yang sifatnya

membangun untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.

Banjarmasin, 11 Juli 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Muhammad Barkatullah Amin', with a horizontal line underneath it.

Muhammad Barkatullah Amin

2110312210004

ABSTRACT

Muhammad Barkatullah Amin (2025). *The Influence of Hedonic Shopping Motivation, Sales Promotion, Shopping Lifestyle on Purchase Decisions of Giordano Fashion Brand.*

Advisor : M Riza Firdaus

This study aims to test and analyze: (1) the influence of hedonic shopping motivation on purchasing decisions for the Giordano fashion brand, (2) the influence of sales promotion on purchasing decisions for the Giordano fashion brand, (3) the influence of shopping lifestyle on purchasing decisions for the Giordano fashion brand.

This research is a quantitative study. The population in this study are consumers of the Giordano fashion brand who have purchased Giordano products at least once, aged at least 17 years and over and social media users who see Giordano brand promotions. Data were collected from 100 respondents using purposive sampling techniques. Data collection was carried out by distributing questionnaires online using Google Form. Data analysis techniques used include multiple linear regression analysis, classical assumption tests, t-tests, f-tests processed with the help of SPSS software version 23.

The research results show that: (1) hedonic shopping motivation has a positive and significant influence on purchasing decisions for the Giordano fashion brand, (2) sales promotion has a positive and significant influence on purchasing decisions for the Giordano fashion brand, and (3) shopping lifestyle has a positive and significant influence on purchasing decisions for the Giordano fashion brand.

Keywords : *Hedonic Shopping Motivation, Sales Promotion, Shopping Lifestyle, Purchasing Decisions.*

ABSTRAKSI

Muhammad Barkatullah Amin (2025). Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation, Sales Promotion, Shopping Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian *Brand Fashion Giordano*.

Pembimbing : M Riza Firdaus

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis: (1) pengaruh *hedonic shopping motivation* terhadap keputusan pembelian *brand fashion Giordano*, (2) Pengaruh *sales promotion* terhadap keputusan pembelian brand fashion Giordano, (3) pengaruh *shopping lifestyle* terhadap keputusan pembelian brand fashion giordano.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *brand fashion giordano* yang pernah membeli produk giordano minimal sekali, berusia minimal 17 tahun ke atas dan pengguna media sosial yang melihat promosi *brand giordano*. Data dikumpulkan dari 100 orang responden menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online* menggunakan Google Form. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji t, uji f yang diolah dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *hedonic shopping motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *brand fashion Giordano*, (2) *sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *brand fashion Giordano*, dan (3) *shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *brand fashion Giordano*.

Kata Kunci : *Hedonic Shopping Motivation, Sales Promotion, Shopping Lifestyle, Keputusan Pembelian*

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	i
ABSTRACT	ix
ABSTRAKSI	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Pembahasan	13
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Pengertian <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	15
2.1.2 Pengertian <i>Sales Promotion</i>	19
2.1.3 Pengertian <i>Shopping Lifestyle</i>	22

2.1.4 Pengertian Keputusan Pembelian	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
BAB III	33
KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN	33
3.1 Kerangka Konseptual	33
3.2 Hipotesis.....	34
BAB IV	37
METODE PENELITIAN	37
4.1 Ruang Lingkup	37
4.2 Jenis Penelitian	37
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian.....	38
4.4 Unit Analisis.....	38
4.5 Populasi dan Sampel	38
4.6. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	40
4.7 Teknik Pengumpulan Data	42
4.8 Teknik Analisis Data.....	44
4.8.1 Uji Instrumen Data	44
4.8.1.1 Uji Validitas	44
4.8.1.3 Uji Outlier.....	45
4.8.2 Uji Asumsi Klasik	45
4.8.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
4.8.4 Uji Kelayakan Model	48
4.8.5 Uji Hipotesis.....	48

BAB V.....	51
HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....	51
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
5.2 Hasil dan Analisis.....	52
5.2.1.1 Jenis Kelamin	52
5.2.1.2 Usia.....	53
5.2.1.3 Pendidikan Terakhir	54
5.2.1.4 Jenis Pekerjaan	55
5.2.1.5 Penghasilan.....	56
5.2.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Membeli Produk Giordano Minimal Satu Kali	57
5.2.1.7 Karakteristik Responden Pernah Melihat Promosi Produk Giordano Melalui Instagram.....	57
5.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	58
5.2.2.1 Analisis Deskriptif <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	58
5.2.2.2 Analisis deskriptif <i>Sales Promotion</i>	61
5.2.2.3 Analisis deskriptif <i>Shopping Lifestyle</i>	65
5.2.2.4 Analisis deskriptif Keputusan Pembelian.....	67
5.2.3. Uji Validitas dan Realibitas Instrumen Penelitian	70
5.2.3.1. Uji Validitas	70
5.2.3.2.1 Uji Realibilitas.....	71
5.2.3.2.2 Uji Outlier.....	72
5.2.4 Analisis Data	73

5.2.4.1 Uji Asumsi Klasik	73
5.2.4.1.1. Uji Normalitas	74
5.2.4.1.2. Uji Multikolinieritas	75
5.2.4.1.3. Uji Heteroskedastisitas	76
5.2.4.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
5.2.4.3. Uji Kelayakan Model	79
5.2.5 Hasil Pengujian Hipotesis	81
5.2.5.1 Uji t (Uji Parsial)	81
5.2.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)	84
5.2.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	85
5.2.6.1 Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> terhadap Keputusan Pembelian	87
5.2.6.2 Pengaruh <i>Sales Promotion</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	88
5.2.6.3 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian	89
5.2.7 Implikasi Hasil Penelitian	90
5.2.7.1 Implikasi Teoritis	90
5.2.7.1.1 Implikasi Teori <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	90
5.2.7.1.2 Implikasi Teori <i>Sales Promotion</i>	91
5.2.7.1.3 Implikasi Teori <i>Shopping Lifestyle</i>	92
5.2.7.2 Implikasi Praktis.....	93
5.2.7.2.1. Implikasi <i>Hedonic Shopping Motivation</i> terhadap Keputusan Pembelian	93
5.2.7.2.2. Implikasi <i>Sales Promotion</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	94

5.2.7.2.3. Implikasi <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian	94
5.2.8. Keterbatasan Penelitian	95
BAB VI.....	97
PENUTUP.....	97
6.1 Kesimpulan.....	97
6.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	101

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 1.1 Preferensi Belanja Online Masyarakat Indonesia.....	16
Gambar 1.2 Outfit Skena dan Starboy.....	18
Gambar 1.3 Promo Media Sosial Giordano.....	24
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual.....	48

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Perbandingan Harga Giordano dengan merek lain.....	21
Tabel 1.2 Data Konsumen Periode Tahun 2020 – 2024.....	22
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	43
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel.....	56
Tabel 4.2 Skala Pengukuran.....	59
Tabel 4.3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	65
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	69
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	71
Tabel. 5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Membeli Produk Giordano Minimal Satu Kali.....	72
Tabel 5.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melihat Promosi Melalui Instagram.....	73
Tabel 5.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	74
Tabel 5.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Hedonic Sales Promotion</i>	76
Tabel 5.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Shopping Lifestyle</i>	80
Tabel 5.11 Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian.....	82
Tabel 5.12 Hasil Uji Validitas.....	85
Tabel 5.13 Hasil Uji Realibilitas.....	86
Tabel 5.14 Hasil Uji Normalitas Data.....	89
Tabel 5.15 Hasil Uji Multikolineritas.....	90

Tabel 5.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	91
Tabel 5.17 Hasil Uji Analisis Berganda.....	92
Tabel 5.18 Hasil Uji F.....	95
Tabel 5.19 Hasil Uji t.....	96
Tabel 5.20 Hasil Koefisien Determinasi.....	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	105
Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Terbuka.....	114
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	115
Lampiran 4 Statistik Deskripsi Variabel.....	117
Lampiran 5 Uji Instrumen Data	122
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	125
Lampiran 6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	126
Lampiran 7 Uji Kelayakan Model.....	127
Lampiran 8 Uji Hipotesis	127