

**PENGARUH LINGKUNGAN TOKO DAN PROMOSI PENJUALAN  
TERHADAP EMOSI POSITIF DAN PEMBELIAN TIDAK TERENCANA**

***THE INFLUENCE OF STORE ENVIRONMENT AND SALES PROMOTION  
ON POSITIVE EMOTION AND IMPULSE BUYING***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:  
**LATIFAH DINAR**  
**20140410124**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2018**


SKRIPSI

PENGARUH LINGKUNGAN TOKO DAN PROMOSI PENJUALAN  
TERHADAP EMOSI POSITIF DAN PEMBELIAN TIDAK TERENCANA

*THE INFLUENCE OF STORE ENVIRONMENT AND SALES PROMOTION  
ON POSITIVE EMOTION AND IMPULSE BUYING*



Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing  
Pembimbing

  
Dr. Indah Falmawati, S.E., M.Si  
NIK. 19690816199303 143 029

Tanggal 7 April 2018

**SKRIPSI**

**PENGARUH LINGKUNGAN TOKO DAN PROMOSI PENJUALAN  
TERHADAP EMOSI POSITIF DAN PEMBELIAN TIDAK TERENCANA**

***THE INFLUENCE OF STORE ENVIRONMENT AND SALES PROMOTION  
ON POSITIVE EMOTION AND IMPULSE BUYING***

Diajukan oleh

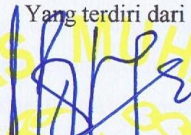
**LATIFAH DINAR**

**20140410124**


Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan  
Dewan Penguji Pogram Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

**Tanggal 4 Mei 2018**


Yang terdiri dari

  
Dr. Indah Fatmawati, S.E., M.Si  
NIK. 19690816199303 143 029

Ketua Tim Penguji

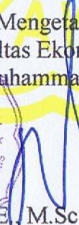
  
Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., MM.  
NIK. 19680531199202 143 012

Anggota Tim Penguji

  
Sutrisno Wibowo, S.E., MM.  
NIK. 1969080119930143030

Anggota Tim Penguji

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

  
Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph. D., Ak., CA.  
NIK. 19731218199904 143 068

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Latifah Dinar

Nomor Mahasiswa : 20140410124

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “PENGARUH LINGKUNGAN TOKO DAN PROMOSI PENJUALAN DENGAN EMOSI POSITIF DAN PEMBELIAN TIDAK TERENCANA” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta,



Latifah Dinar

# MOTTO & PERSEMBAHAN

*“Barang siapa yang berungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikannya sendiri” (QS. Al-Ankabut: 6)*

*“Maka janganlah sekali-kali engkau membiarkan kehidupan dunia ini memperdayakanmu” (QS. Fathir: 5)*

*“Boleh jadi kamu membenci sesuatu namun ia amat baik bagimu dan boleh jadi engkau mencintai sesuatu namun ia amat buruk bagimu, Allah Maha Mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui” (QS. Al-Baqarah: 216)*

*“Orang yang menginginkan impiannya menjadi kenyataan, harus menjaga diri agar tidak tertidur” (Richard Wheeler)*

*“Dimana pun engkau berada selalulah menjadi yang terbaik dan berikan yang terbaik dari yang bisa kita berikan” (BJ Habibe)*

*Kupersembahkan karya kecil ini untuk cahaya dalam hidupku, Ibunda Sri Handayani yang telah memberikan kasih sayang, fasilitas dalam hidup, semangat serta dukungan. Semoga Dinar selalu menjadi kebanggaan Beliau.*

*Terimakasih kepada sahabat-sahabat serta teman-teman yang apabila disebutkan satu-satu mungkin terlalu banyak, terimakasih sudah menjadi support system terbaik dalam hidupku. Semoga kalian selalu dalam lindungan Allah SWT dan sukses selalu.*

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lingkungan toko, promosi penjualan terhadap emosi positif dan pembelian tidak terencana. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah lingkungan toko dan promosi penjualan, emosi positif sebagai variabel mediasi, dan pembelian tidak terencana sebagai variabel terikat. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Sampel penelitian ini berjumlah 159 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan AMOS 21. Analisis pengujian kualitas instrument data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji normalitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan toko berpengaruh secara positif signifikan terhadap emosi positif, promosi penjualan berpengaruh secara positif signifikan terhadap emosi positif, lingkungan toko berpengaruh secara positif signifikan terhadap pembelian tidak terencana, promosi penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian tidak terencana, emosi positif tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian tidak terencana, lingkungan toko berpengaruh secara positif signifikan terhadap pembelian tidak terencana yang dimediasi oleh emosi positif dan promosi penjualan berpengaruh secara positif signifikan terhadap pembelian tidak terencana yang dimediasi oleh emosi positif.

**Kata kunci: pembelian tidak terencana, lingkungan toko, promosi penjualan, emosi positif**

## **ABSTRACT**

This study aims to analyze the influence of store environments, sales promotion of positive emotions and impulse buying. The independent variables in this study are store environment and sales promotion, positive emotions as mediation variables, and impulse buying as dependent variables. The object used in this research is Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta. The sample of this study amounted to 159 respondents selected by using purposive sampling method. Data analysis technique used in this research by using Structural Equation Modeling (SEM) with the help of AMOS 21. Analysis of instrument quality test data in this research using validity test, reliability test, and normality test.

The result of the research shows that store environment has positive positively significant to positive emotion, sales promotion positively significant to positive emotion, store environment have positively significant effect to unplanned purchases, sales promotion has no significant effect on unplanned purchases, positive emotion has no significant effect against unplanned purchases, store environments positively significant impact on unplanned purchases mediated by positive emotions and sales promotions positively significant impact on unplanned purchases mediated by positive emotions.

**Keyword: impulse buying, store environments, sales promotion, positive emotions**

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan kemudahan, karunia, dan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Lingkungan Toko dan Promosi Penjualan terhadap Emosi Positif dan Pembelian tidak Terencana”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph. D., Ak., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati, PA., M.Si., Ph. D., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Indah Fatmawati, SE., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, memberikan arahan, masukan, serta motivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Kedua orang tuaku yang dengan penuh kasih sayang memberikan semangat, nasihat, serta fasilitas dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Prodi Manajemen yang telah ikhlas mengajarkan ilmunya pada penulis selama menempuh Pendidikan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Sahabat-sahabat dan semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, doa dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Almamaterku.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik ditinjau dari materi, tata bahasa, dan penyusunannya, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca untuk kesempurnaannya. Sebagai akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua baik bagi penulis khususnya orang lain.

Yogyakarta, 5 April 2018

Latifah Dinar



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
INTISARI .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. ....	L
atar Belakang .....	1
B. ....	P
ertanyaan Penelitian .....	4
C. ....	T
ujuan Penelitian .....	5
D. ....	M
anfaat Penelitian .....	6
1 .....	M
anfaat Teoritis .....	6
2 .....	M
anfaat Praktis .....	6
BAB II .....	7
LANDASAN TEORI .....	7
A. ....	L
ingkungan Toko .....	7
B. ....	P
omosi Penjualan .....	8
C. ....	E
mosi Positif .....	10
D. ....	P
embelian Tidak Terencana .....	11
E. ....	P
enelitian Terdahulu .....	13
F. ....	H
ubungan Antar Variabel dan Penurunan Hipotesis .....	20
1 .....	P
engaruh Lingkungan Toko terhadap Emosi Positif .....	20
2 .....	P
engaruh Promosi Penjualan terhadap Emosi Positif .....	21

3.....	Pe
ngaruh Lingkungan Toko Terhadap Pembelian Tidak Terencana .....	22
4.....	Pe
ngaruh Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Tidak Terencana .....	22
5.....	Pe
ngaruh Emosi Positif Terhadap Pembelian Tidak Terencana .....	23
6.....	Pe
ngaruh Lingkungan Toko Terhadap Pembelian Tidak Terencana Yang Dimediasi Oleh Emosi Positif.....	24
7.....	Pe
ngaruh Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Tidak Terencana Yang Dimediasi Oleh Emosi Positif.....	24
G.....	M
odel Penelitian .....	25
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN .....	27
A.....	D
esain Penelitian.....	27
B.....	R
esponden Dan Objek Penelitian .....	27
C.....	M
etode Penentuan Sampel.....	28
D.....	M
etode Pengumpulan Data.....	28
E.....	D
efinisi Operasional Dan Pengukuran Variabel .....	29
1.....	V
ariabel Bebas .....	29
2.....	V
ariabel Mediasi .....	30
3.....	V
ariabel Terikat.....	30
F.....	P
engujian Kualitas Instrumen.....	32
1.....	U
uji Validitas .....	32
2.....	U
uji Reliabilitas.....	32
G.....	M
etode Analisis Data.....	33
BAB IV.....	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40

A. ....	G
ambaran Umum Objek Dan Subjek Penelitian.....	40
1.....	Ga
mbaran Umum Carrefour Ambarukmo Plaza	
Yogyakarta .....	40
2.....	D
deskripsi Responden Penelitian.....	42
B. ....	P
pengujian Kualitas Instrumen.....	44
C. ....	P
proses Analisis Data .....	46
D. ....	P
membahas Hasil Penelitian.....	58
BAB V .....	64
SIMPULAN, KETERBATASAN. DAN SARAN PENELITIAN .....	64
A. ....	S
simpulan.....	64
B. ....	K
keterbatasan Penelitian .....	65
C. ....	S
saran .....	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

2.1.....	P
enelitian Terdahulu.....	18
3.1.....	O
perasional Variabel.....	31
4.1.Profil Responden .....	43
4.2.Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas .....	44
4.3.Uji Normalitas Data.....	50
4.4.Pengujian Normalitas Outliers .....	51
4.5.Computation of degrees of freedom (Default model) .....	52
4.6.Result (Default Model).....	52
4.7.Hasil Uji Goodness-of-fit Indeks .....	53
4.8.Hubungan Antar Variabel Pengaruh Langsung.....	54
4.9.Pengujian Efek Mediasi.....	57

## DAFTAR GAMBAR

2.1.....	M
Metode Penelitian .....	25
4.1.Diagram Jalur .....	47
4.2.Model Penelitian Output AMOS .....	48
4.3.Nilai Pengaruh Langsung Antar Variabel .....	54