

**DAMPAK SUASANA TOKO DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP
EMOSI POSITIF DAN PEMBELIAN TIDAK TERENCANA**

(Studi Pada Konsumen Transmart Carrefour Maguwo Yogyakarta)

***THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE AND SALES PROMOTION ON
POSITIVE EMOTION AND UNPLANNED PURCHASE***

(Study on Transmart Carrefour Consumers Maguwo Yogyakarta)



Oleh

MAHTUM

20140410439

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

**DAMPAK SUASANA TOKO DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP
EMOSI POSITIF DAN PEMBELIAN TIDAK TERENCANA**

(Studi Pada Konsumen Transmart Carrefour Maguwo Yogyakarta)

***THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE AND SALES PROMOTION ON
POSITIVE EMOTION AND UNPLANNED PURCHASE***

(Study on Transmart Carrefour Consumers Maguwo Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

MAHTUM

20140410439

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

SKRIPSI

**DAMPAK SUASANA TOKO DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP
EMOSI POSITIF DAN PEMBELIAN TIDAK TERENCANA**

(Studi Pada Konsumen Transmart Carrefour Maguwo Yogyakarta)

***THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE AND SALES PROMOTION ON
POSITIVE EMOTION AND UNPLANNED PURCHASE***

(Study on Transmart Carrefour Consumers Maguwo Yogyakarta)



Diajukan oleh
MAHTUM
20140410439

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Sutrisno Wibowo', is written over a faint circular stamp.

Sutrisno Wibowo, S.E., M.M.
NIK. 19690801199303143030

Tanggal 13 Agustus 2018

SKRIPSI

**DAMPAK SUASANA TOKO DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP
EMOSI POSITIF DAN PEMBELIAN TIDAK TERENCANA**

(Studi Pada Konsumen Transmart Carrefour Maguwo Yogyakarta)

***THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE AND SALES PROMOTION ON
POSITIVE EMOTION AND UNPLANNED PURCHASE***

(Study on Transmart Carrefour Consumers Maguwo Yogyakarta)

Diajukan oleh

**MAHTUM
20140410439**

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

Tanggal 13 Agustus 2018

Yang terdiri dari

Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M.
Ketua Tim Penguji

Asnawi Asdinardju, Drs. M.Si.
Anggota Tim Penguji

Sutrisno Wibowo, S.E., M.M.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Rizal Yava, SE, M.Sc., Ph.D., Ak., CA.
NIK: 19731218199904 143 068

Halaman Pernyataan

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Mahtum

Nomor Mahasiswa : 20140410439

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **"DAMPAK SUASANA TOKODANPROMOSI PENJUALAN TERHADAP EMOSI POSITIF DAN PEMBELIAN TIDAK TERENCANA (Studi pada Konsumen Transmart Carrefour Maguwo Yogyakarta)"** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara 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, 13 Agustus 2018



MOTTO

Tunjukkanlah kami jalan yang lurus (yaitu) orang-orang yang engkau berikan anugrah nikmat kepada mereka, bukan (jalan) mereka yang dimurkai dan bukan pula jalan mereka yang sesat
(Q.S. Al-Fatihah: 6-7)

Berbaktilah kepada mereka dengan penuh kerendahan diri dan ucapkanlah:
“wahai Tuhanku! Kasihanilah mereka keduanya sebagaimana keduanya memeliharaku dengan penuh kasih sayang waktu kecilku”
(Q.S. Al-Isro’: 24)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”
(Q.S. Al-Insyarah: 5)

allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(Q.S. Al-Baqarah: 286)

“Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum, jika suatu kaum tidak mau merubahnya”
(Q.S. Ar-Ra’du: 11)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Orang tua saya, Hasin dan Hotimah yang selalu membimbing dan memberikan do'a serta semangat untuk saya dengan tak pernah lelah mendidik saya untuk mencari ilmu, belajar, beribadah, dan berdo'a.
2. Almamater saya, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Teman-teman dan sahabat seangkatan.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak suasana toko dan promosi penjualan terhadap emosi positif dan pembelian tidak terencana. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian tidak terencana yang disebabkan oleh promosi penjualan di Transmart Carrefour Maguwo Yogyakarta. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 160 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM).

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa suasana toko dan promosi penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap emosi positif dan pembelian tidak terencana.

Kata kunci: Suasana Toko, Promosi Penjualan, Emosi Positif, Pembelian Tidak Terencana

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of store atmosphere and sales promotion on positive emotion and unplanned purchase. The Subjects in this study are consumers who have made unplanned purchase caused by sales promotion in Transmart Carrefour Maguwo Yogyakarta. In this study, sample of 160 respondents were selected using purposive sampling method. Analysis tool used in this study is the Structural Equation Model (SEM).

Based on the analysis that have been made the results are the store atmosphere and sales promotion significantly influence positive emotion and unplanned purchase.

Keywords: Store Atmosphere, Sales Promotion, Positive Emotion, Unplanned Purchase.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Dampak Suasana Toko Dan Promosi Penjualan Terhadap Emosi Positif Dan Pembelian Tidak Terencana”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salahsatu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan kontribusi bagi organisasi dalam penggunaan strategi mempengaruhi dalam pengambilan keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian yang akan datang.

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

1. Bapak Rizal Yaya,SE.,M.Sc.,Ph.D.,Ak.,CA. sebagai dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati PA.,M.Si.,Ph.D selaku kepala Program Studi Manajemen dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
3. Bapak Sutrisno Wibowo,SE.,MM. Yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

4. Semua pihak yang telah memberikan motivasi, kontribusi, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari ketidaksempurnaan dalam skripsi ini. Oleh Karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat dibutuhkan untuk kesempurnaan karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 13 Agustus 2018

Mahtum

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN TEORI.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Suasana Toko.....	7
2. Promosi Penjualan.....	9
3. Emosi Positif.....	10
4. Pembelian Tidak Terencana.....	11
B. Penelitian Terdahulu.....	13
C. Hubungan Antar Variabel dan Penurunan Hipotesis.....	17
D. Model Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Desain Penelitian.....	23
B. Responden dan Objek Penelitian.....	23
C. Metode Penentuan Sampel.....	24
D. Metode Pengumpulan Data.....	24
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	25
1. Variabel Eksogen.....	25
2. Variabel Mediasi.....	25

3. Variabel Endogen.....	26
F. Pengujian Kualitas Instrumen.....	28
1. Uji Validitas.....	28
2. Uji Reliabilitas.....	28
G. Metode Analisis Data.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	27
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	36
1. Gambaran Umum Transmart Carrefour Maguwo Yogyakarta.....	36
2. Deskripsi Responden Penelitian.....	38
3. Hasil Pengumpulan Data.....	40
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	40
C. Pengujian Hipotesis.....	53
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	53
E. Pembahasan.....	58
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	
PENELITIAN	68
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	69
C. Keterbatasan Penelitian.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	39
Tabel 4.2 Hasil Pengumpulan Data.....	40
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas.....	41
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel Suasana Toko.....	42
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Promosi Penjualan.....	43
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Emosi Positif.....	43
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Pembelian Tidak Terencana.....	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	48
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Outliers.....	49
Tabel 4.11 Menilai Goodness of fit.....	51
Tabel 4.12 Pengujian Hipotesis.....	53
Tabel 4.13 <i>Standardized Direct Effect</i>	57
Tabel 4.14 <i>Standardized Indirect Effect</i>	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Model Penelitian.....	22
Gambar 4.1 Diagram Alur Penelitian.....	46
Gambar 4.2 Diagram Persamaan Struktural.....	47