

**PENGARUH SUASANA TOKO, GAYA HIDUP BELANJA DAN
KETERSEDIAAN WAKTU TERHADAP RESPON EMOSIONAL DAN
PEMBELIAN IMPULSIF**

***THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, SHOPPING LIFESTYLE
AND TIME AVAILABILITY ON EMOTIONAL RESPONSE AND IMPULSE
BUYING***

SKRIPSI

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



Oleh:
FITRI DWI ASTUTI
20150410173

**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2019**

SKRIPSI

**SKRIPSI
PENGARUH SUASANA TOKO, GAYA HIDUP BELANJA DAN
KETERSEDIAAN WAKTU TERHADAP RESPON EMOSIONAL DAN
PEMBELIAN IMPULSIF**

***THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, SHOPPING LIFESTYLE
AND TIME AVAILABILITY ON EMOTIONAL RESPONSE AND IMPULSE
BUYING***

Diajukan oleh

FITRI DWI ASTUTI

20150410173



Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
Pembimbing

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

Yogyakarta, 21 Januari 2019

SKRIPSI

SKRIPSI
PENGARUH SUASANA TOKO, GAYA HIDUP BELANJA DAN
KETERSEDIAAN WAKTU TERHADAP RESPON EMOSIONAL DAN
PEMBELIAN IMPULSIF

*THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, SHOPPING LIFESTYLE AND
TIME AVAILABILITY ON EMOTIONAL RESPONSE AND IMPULSE BUYING*

Diajukan oleh


FITRI DWI ASTUTI

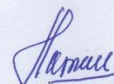
20150410173


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


Tanggal 26 Februari 2019

Yang terdiri dari


Dr. Indah Fairawati, S.E., M.Si.
Ketua Tim Penguji


Dr. Susanto, MS.
Anggota Tim Penguji


Hasnah Rimiati, Dra., M.Si
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

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Fitri Dwi Astuti

Nomor Mahasiswa : 20150410173

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH SUASANA TOKO, GAYA HIDUP BELANJA DAN KETERSEDIAAN WAKTU TERHADAP RESPON EMOSIONAL DAN PEMBELIAN IMPULSIF”** 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 ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 21 Januari 2019



MOTTO

Barangsiapa yang menempuh perjalanan dalam rangka menuntut ilmu, maka Allah akan memudahkan jalannya menuju Syurga. (HR Muslim)

Dan masing-masing orang ada tingkatannya, sesuai dengan apa yang mereka kerjakan. Dan Tuhan mu tidak lengah terhadap apa yang mereka kerjakan.

(Q.S Al-An'am: 132)

Barangsiapa menginginkan soal-soal yang berhubungan dengan dunia, wajiblah ia memiliki ilmunya; dan barang siapa yang ingin (selamat dan bahagia) di akhirat wajiblah ia mengetahui ilmunya pula; dan barangsiapa yang menginginkan kedua-duanya, maka wajiblah ia memiliki ilmu kedua-duanya pula.

(HR Bukhari dan Muslim)

Lama memang, tapi itu caranya. Semua harus dilewati seperti anak tangga. Satu-persatu, jangan lompat-lompat karna kalau melompat kemungkinan terpelesetnya tinggi. (Chairul Tanjung)

Kegagalan hanya terjadi bila kita menyerah. (B.J Habibie)

PERSEMBAHAN

Ku persembahkan karya kecil ini:

Teruntuk Ibu dan Bapak ku yang telah membesarkan ku dengan penuh perjuangan, selalu memberikan doa, dorongan, semangat dan nasihat selama aku kuliah hingga selesainya penyusunan skripsi ini. Telah menjadi penyemangat serta sumber kekuatan dalam hidup ku. Kedua malikat di dunia nyata ku (Ibu & Bapak) yang selalu melindungi, menjaga aku dan kakak ku sekuat tenaga.

TERIMA KASIH KEPADA

Tiada henti-hentinya saya mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia, kemudahan serta rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Terimakasih untuk teman-teman semua yang selama ini telah memberikan semangat dan dorongan.

Terimakasih kepada seseorang yang selalu menemani, memberikan semangat dan nasihat dari kejauhan selama empat tahun lebih.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh suasana toko, gaya hidup belanja dan ketersediaan waktu terhadap respon emosional dan pembelian impulsif. Variabel independen dalam penelitian ini adalah suasana toko, gaya hidup belanja dan ketersediaan waktu dengan respon emosional sebagai variabel intervening dan pembelian impulsif sebagai variabel dependen. Objek pada penelitian ini adalah Jolie Jogja Wirobrajan di Yogyakarta. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 125 responden yang dipilih dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *software* AMOS 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana toko berpengaruh positif signifikan terhadap respon emosional, gaya hidup belanja berpengaruh positif signifikan terhadap respon emosional, ketersediaan waktu berpengaruh positif signifikan terhadap respon emosional, respon emosional berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian impulsif, suasana toko berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian impulsif yang dimediasi oleh respon emosional, gaya hidup belanja berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian impulsif yang dimediasi oleh respon emosional dan ketersediaan waktu berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian impulsif yang dimediasi oleh respon emosional.

Kata kunci: suasana toko, gaya hidup belanja, ketersediaan waktu, respon emosional dan pembelian impulsif

ABSTRACT

The research aims to analyze the influence of store atmosphere, shopping lifestyle, availability of time of emotional response and impulse buying. The independent variables in this study is store atmosphere, shopping lifestyle and availability of time with emotional response as mediation variable and impulse buying as dependent variable. The object in this study is Jolie Jogja Wirobrajan in Yogyakarta. In this study sample of 125 respondent were select using purposive sampling. The data analysis technique in this study using Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS 22 software.

The result of the research showed that the store atmosphere influences positive significant to emotional response, shopping lifestyle influences positive significant to emotional response, availability of time influences positive significant to emotional response, emotional response influences positive significant to impulse buying, store atmosphere influences positive significant to impulse buying mediated by emotional response, shopping lifestyle influences positive significant to impulse buying mediated by emotional response, availability of time influences positive significant to impulse buying mediated by emotional response.

Keyword: store atmosphere, shopping lifestyle, availability of time, emotional response and impulse buying

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Suasana Toko, Gaya Hidup Belanja dan Ketersediaan Waktu terhadap Respon Emosional dan Pembelian Impulsif”.

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 terimakasih 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, S.E, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran, memberikan arahan dan masukan, serta motivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Kedua orang tuaku yang dengan penuh kasih sayang memberikan semangat, nasihat dan dukungan selama penulisan skripsi.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat selama proses penyelesaian skripsi.

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

Yogyakarta, 21 Januari 2019

Fitri Dwi Astuti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	10
LANDASAN TEORI DAN PENURUNAN HIPOTESIS.....	10
2.1 Teori Mehrabian dan Russell	10
2.1.1 Suasana Toko	11
2.1.2 Gaya Hidup Belanja	12
2.1.3 Ketersediaan Waktu	13
2.1.4 Respon Emosional.....	14
2.1.5 Pembelian Impulsif	16
2.2 Hubungan Variabel.....	17

2.2.1	Hubungan Variabel Suasana Toko dengan Respon Emosional	17
2.2.2	Hubungan Variabel Gaya Hidup Belanja dengan Respon Emosional ..	17
2.2.3	Hubungan Variabel Ketersediaan Waktu dengan Respon Emosional ..	18
2.2.4	Hubungan Variabel Respon Emosional dengan Pembelian Impulsif ...	18
2.2.5	Hubungan Variabel Suasana Toko dengan Pembelian Impulsif dimediasi Variabel Respon Emosional	19
2.2.6	Hubungan Variabel Gaya Hidup Belanja dengan Pembelian Impulsif dimediasi Variabel Respon Emosional	19
2.2.7	Hubungan Variabel Ketersediaan Waktu dengan Pembelian Impulsif dimediasi Variabel Respon Emosional	20
2.3	Temuan Riset Terdahulu	20
2.4	Penurunan Hipotesis.....	29
2.4.1	Hipotesis satu	29
2.4.2	Hipotesis Dua.....	30
2.4.3	Hipotesis Tiga	31
2.4.4	Hipotesis Empat	31
2.4.5	Hipotesis Lima	32
2.4.6	Hipotesis Enam	33
2.4.7	Hipotesis Tujuh.....	34
2.5	Model Penelitian.....	35
BAB III		36
METODE PENELITIAN.....		36
3.1	Pendekatan dan Desain Riset	36
3.2	Responden dan <i>Setting</i> Penelitian	36
3.3	Metode Penyampelan	37
3.4	Metode Pengumpulan Data	37
3.5	Definisi Operasional.....	38
3.5.1	Variabel Eksogen	38
3.5.2	Variabel Pemediasi.....	40
3.5.3	Variabel Endogen.....	40
3.6	Pengujian Kualitas Instrumen	43
3.6.1	Uji Validitas	43

3.6.2	Uji Reliabilitas	43
3.7	Alat Analisis	44
BAB IV	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN		51
4.1	Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	51
4.1.1	Gambaran Umum Jolie Jogja Wirobrajan.....	51
4.1.2	Deskripsi Responden.....	52
4.2	Pengujian Kualitas Instrumen	54
4.3	Statistik Deskriptif.....	55
4.4	Proses Analaisis Data	59
1.	Pengembangan Model Berdasarkan Teori	59
2.	Menyusun Diagram Jalur	59
3.	Mengubah Diagram Jalur menjadi Persamaan Struktural	60
4.	Memilih Input Matriks dan Estimasi Model yang Diusulkan	61
5.	Menilai Identifikasi Model Struktural	63
6.	Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	64
7.	Interpretasi dan Modifikasi Model	66
4.5	Pengujian Hipotesis	66
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
BAB V	74
SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN		74
5.1	Simpulan.....	74
5.2	Keterbatasan Penelitian	76
5.3	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN.....		81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Temuan Riset Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	42
Tabel 4.1 Profil Responden.....	53
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Variabel Suasana Toko.....	56
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel Gaya Hidup Belanja.....	56
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Ketersediaan Waktu.....	57
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Respon Emosional.....	58
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Pembelian Impulsif.....	58
Tabel 4.8 Hasil Pengujian <i>Outliers</i>	63
Tabel 4.9 Degrees of Freedom.....	64
Tabel 4.10 Menilai Goodnes of Fit.....	65
Tabel 4.11 Hubungan antar Varibael.....	67
Tabel 4.12 Standardized Direct Effect.....	69
Tabel 4.13 Standardized Indirect Effect.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 The Mehrabian Russell Model (1974)	15
Gambar 2.2 Model Penelitian	35
Gambar 4.1 Diagram Jalur	60
Gambar 4.2 Persamaan Struktural.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	86
Lampiran 3. Uji Validitas.....	87
Lampiran 4. Uji Reliabilitas.....	88
Lampiran 5. Model Penelitian.....	90
Lampiran 6. Uji Normalitas Data.....	91
Lampiran 7. Uji Normalitas Multivariate Outliers.....	92
Lampiran 8. Degrees of Freedom.....	94
Lampiran 9. Uji Hipotesis.....	95
Lampiran 10. Model Fit Summary.....	98
Lampiran 11. Gambar Suasana Toko Jolie Jogja Wirobrajan.....	99