

**ANALISIS PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *POSITIVE EMOTION*,
STORE ATMOSPHERE, DAN *HEDONIC SHOPPING VALUE*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* KONSUMEN**

(Studi pada Konsumen Supermarket Rita Supermall Purwokerto)



SKRIPSI

REZA SUKMA WIDI PERDANA

1702010285

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
FEBRUARI 2021**

**ANALISIS PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *POSITIVE EMOTION*,
STORE ATMOSPHERE, DAN *HEDONIC SHOPPING VALUE*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* KONSUMEN**

(Studi pada Konsumen Supermarket Rita Supermall Purwokerto)



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
FEBRUARI 2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *POSITIVE EMOTION*,
STORE ATMOSPHERE, DAN *HEDONIC SHOPPING VALUE*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* KONSUMEN
(Studi pada Konsumen Supermarket Rita Supermall Purwokerto)**



SKRIPSI

**REZA SUKMA WIDI PERDANA
1702010285**

**Diterima dan disetujui oleh :
Pembimbing**



**Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si
NIK. 2160128**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Reza Sukma Widi Perdana
NIM : 1702010285
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Analisis Pengaruh *Price Discount*, *Positive Emotion*, *Store Atmosphere*, dan *Hedonic Shopping Value* Terhadap *Impulse Buying* Konsumen (Studi pada Konsumen Supermarket Rita Supermall Purwokerto)

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dra. Triseptin Muji Rahayu, M.Si

Anggota 1 : Arini Hidayah, S.E., M.Si

Anggota 2 : Restu Frida Utami, S.E., M.Si

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 4 Februari 2021

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reza Sukma Widi Perdana
NIM : 1702010285
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 4 Februari 2021

Yang membuat pernyataan



Reza Sukma Widi Perdana

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai individu akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reza Sukma Widi Perdana
NIM : 1702010285
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**ANALISIS PENGARUH *PRICE DISCOUNT, POSITIVE EMOTION, STORE ATMOSPHERE, DAN HEDONIC SHOPPING VALUE* TERHADAP
IMPULSE BUYING KONSUMEN**

(Studi pada Konsumen Supermarket Rita Supermall Purwokerto)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihinformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 4 Februari 2021
yang menyatakan



Reza Sukma Widi Perdana

MOTTO

"Diamku lebih berarti daripada kata-kata yang tak bermakna"

"Sungguh Maha Lembut Allah. Dia tidak akan menguji dan memberatkan Hamba-Nya dengan sesuatu apapun di luar kemampuannya".

(Q.S Al-Baqarah :286)

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. (QS. Asy Syarh /94 : 6)

"Jika kita ingin sukses, kita harus melakukan banyak kesalahan dan pantang menyerah" (Jack Ma)



PERSEMBAHAN



Kupersembahkan skripsi ini kepada :

Bapak dan Ibuku tercinta (Bapak Adi Sukmono dan Ibu Budi Saptawati) sebagai tanda sayang, bakti, hormat, dan terima kasih yang tidak terhingga atas kasih sayang, kerja keras, motivasi, dan doa yang telah diberikan selama ini.

Adikku tersayang (Revanida Sukma Widi Salsabila) sebagai tanda terima kasih atas dukungan, motivasi, dan doa selama ini

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat, dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada saya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns. M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Drs. Suyoto, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, dan memberi masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
5. Arini Hidayah, S.E, M.Si, selaku dosen penguji I saya yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
6. Restu Frida Utami, S.E, M.Si, selaku dosen penguji II saya yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
7. Fatmah Bagis, S.E, M.Si, selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu dan memberi motivasi kepada saya sehingga saya dapat menjalankan perkuliahan dengan baik.
8. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
9. Untuk kedua orang tua Bapak Adi Sukmono dan Ibu Budi Saptawati yang selalu memberikan dukungan moral maupun materiil, nasihat dan motivasi yang tidak terbatas kepada penulis sehingga penulis selalu bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

10. Untuk teman-teman para pejuang skripsi Faiq, Dimas, Riki, Ivana, Annisa, Esa, dan Novi terima kasih atas motivasi, semangat, canda tawa dan doanya.
11. Untuk teman-teman kontrakan Manajemen F 2017 Maruf, Kukuh, Ivan, Ode, Albi, Awe, Eri, Rafi, Amin, dan Diki. Semangat dan sukses selalu untuk kita.
12. Teman-teman seperjuangan Manajemen S1 kelas F angkatan 2017. Semangat dan sukses untuk kita semua.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin.

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 4 Februari 2021

Penulis

Reza Sukma Widi Perdana

**ANALISIS PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *POSITIVE EMOTION*,
STORE ATMOSPHERE, DAN *HEDONIC SHOPPING VALUE* TERHADAP
IMPULSE BUYING KONSUMEN**

(Studi pada Konsumen Supermarket Rita Supermall Purwokerto)

Reza Sukma Widi Perdana¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Email : rezasukma38@gmail.com

Tri Septin Muji Rahayu

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Email : septinharvanto@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *price discount*, *positive emotion*, *store atmosphere*, dan *hedonic shopping value*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, teknik pengambilan sampel yaitu *Non-Probability Sampling*, melalui *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, jumlah sampel sebanyak 111 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji instrument, statistic deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *price discount* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *impulse buying*, *positive emotion* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *impulse buying*, *store atmosphere* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *impulse buying*, dan *hedonic shopping value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. *Price discount*, *positive emotion*, *store atmosphere*, dan *hedonic shopping value* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* konsumen.

Kata Kunci : *Price Discount*, *Positive Emotion*, *Store Atmosphere*, *Hedonic Shopping Value*, *Impulse Buying*

***THE ANALYSIS EFFECT OF PRICE DISCOUNT, POSITIVE EMOTION,
STORE ATMOSPHERE, AND HEDONIC SHOPPING VALUE
ON CONSUMER BUYING IMPULSE
(Research on Supermarket Consumer Rita Supermall Purwokerto)***

Reza Sukma Widi Perdana¹
Economics and Business Faculty
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email : rezasukma38@gmail.com

Tri Septin Muji Rahayu²
Economics and Business Faculty
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email : septinharyanto@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research was to determined the effect of price discount, positive emotion, store atmosphere, and hedonic shopping value. The sample selection in this research was carried out by purposive sampling. Based on the criteria, 111 respondents were sampled. The data analysis techniques used in this research are instrument test, descriptive statistics, classical assumption test, multiple regression analysis, and hypothesis testing. The results showed that partially the price discount had no significant effect on impulse buying, positive emotion had no significant effect on impulse buying, store atmosphere had a negative and insignificant effect on impulse buying, and hedonic shopping value had a positive and significant effect on impulse buying. Price discount, positive emotion, store atmosphere, and hedonic shopping value simultaneously have a significant effect on consumer impulse buying.

Keywords :*Price Discount, Positive Emotion, Store Atmosphere, Hedonic Shopping Value, Impulse Buying*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ivii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Tujuan & Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Hasil Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Pemikiran.....	23
D. Hipotesis	277
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Populasi dan Sampel	29
C. Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data	31

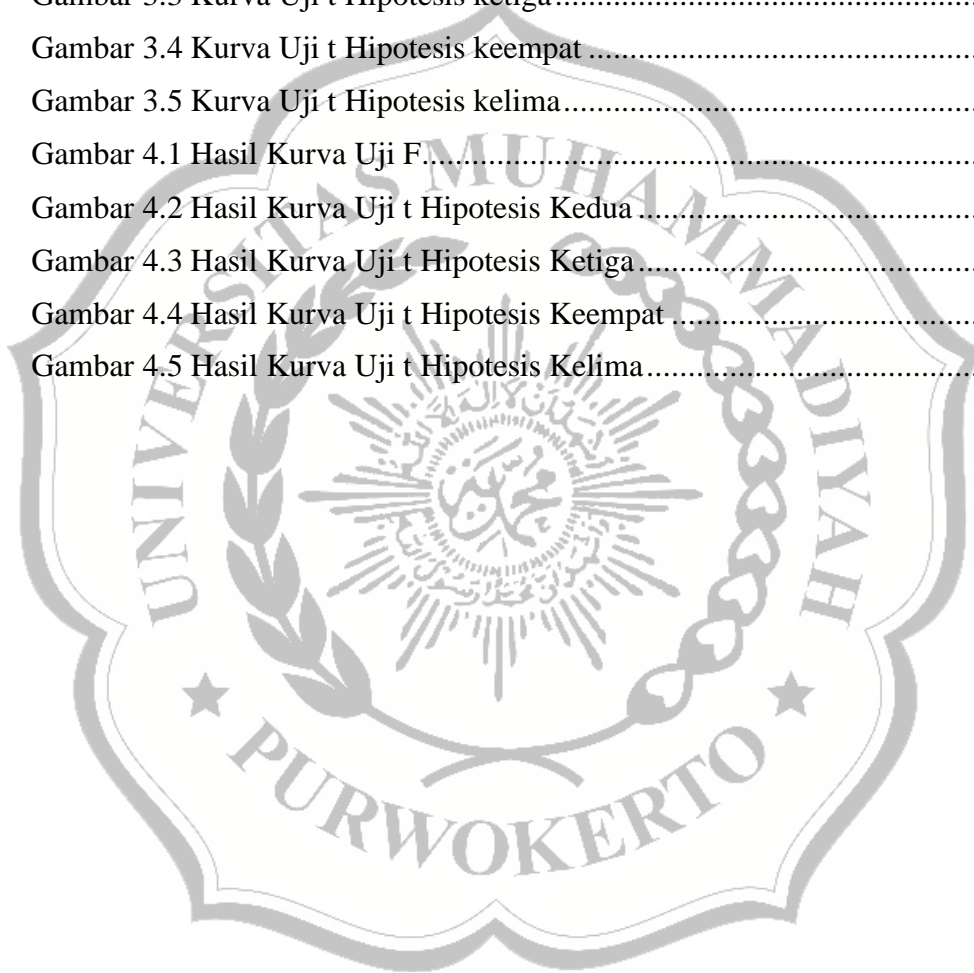
D. Variabel Penelitian	32
E. Definisi Operasional.....	32
F. Uji Instrumen	34
G. Uji Asumsi Klasik	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Hasil Penelitian	45
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	45
2. Respon Rate	45
3. Gambaran Umum Responden	47
4. Analisis Statistik Deskriptif	50
5. Uji Instrumen Penelitian	55
6. Uji Asumsi Klasik	57
7. Analisis Data	60
B. Pembahasan.....	70
BAB V PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Keterbatasan.....	77
C. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 2.2 Definisi Operasional.....	32
Tabel 4.1 Response Rate	46
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku	49
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif <i>Price Discount</i>	50
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif <i>Positive Emotion</i>	51
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif <i>Store Atmosphere</i>	52
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif <i>Hedonic Shopping Value</i>	53
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif <i>Impulse Buying</i>	54
Tabel 4.11 Uji Validitas	55
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.13 Uji Normalitas.....	58
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.15 Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.16 Uji Regresi Linier Berganda	61
Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi	63
Tabel 4.18 Uji Simultas (F).....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Desain Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 3.1 Kurva uji F.....	39
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis kedua.....	41
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis ketiga.....	42
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis keempat.....	43
Gambar 3.5 Kurva Uji t Hipotesis kelima.....	44
Gambar 4.1 Hasil Kurva Uji F.....	65
Gambar 4.2 Hasil Kurva Uji t Hipotesis Kedua.....	67
Gambar 4.3 Hasil Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	68
Gambar 4.4 Hasil Kurva Uji t Hipotesis Keempat.....	69
Gambar 4.5 Hasil Kurva Uji t Hipotesis Kelima.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	84
Lampiran 2 : Data Khusus Responden.....	92
Lampiran 3 : Data Deskripsi Responden.....	96
Lampiran 4 : Nilai Tabulasi.....	101
Lampiran 5 : Gambaran Umum Responden.....	119
Lampiran 6 : Hasil Analisis Statistik Deskriptif	120
Lampiran 7 : Uji Validitas.....	122
Lampiran 8 : Uji Reliabilitas	125
Lampiran 9 : Uji Asumsi Klasik.....	126
Lampiran 10 : Metode Analisis Data.....	127
Lampiran 11 : Pengujian Hipotesis.....	127
Lampiran 12 : R tabel.....	128
Lampiran 13 : F Tabel.....	133
Lampiran 14 : T tabel.....	137