

**PENGARUH ATMOSFER TOKO DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF DENGAN KEADAAN
EMOSIONAL SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI PADA MIROTA
KAMPUS GODEAN**

***THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE AND SALES PROMOTION ON
IMPULSIVE BUYING WITH EMOTIONAL STATES AS A MEDIATION
VARIABLE ON MIROTA KAMPUS GODEAN***

SKRIPSI

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



**Disusun oleh:
Sinta
20180410068**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini,

Nama : Sinta

Nomor Mahasiswa : 20180410068

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH ATMOSFER TOKO DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF DENGAN KEADAAN EMOSIONAL SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI PADA MIROTA KAMPUS GODEAN”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya, atau pendapat yang ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang ditulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau disebutkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 23 Februari 2022



Sinta
Sinta

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat dan iman sehingga dipermudahkan dalam segala urusan.
2. Kedua orang tua saya ibu Karsiah dan bapak Mistar yang menjadi sumber kekuatan karena dengan dukungan dan do'a yang telah mereka berikan sehingga saya mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
3. Saudara saya Irma Yuliana dan Muhammad Darus yang telah membantu memberikan saran dan motivasi selama proses penulisan skripsi.
4. Sahabat MU yaitu Nafis dan Linda sebagai jembatan pertama saya dalam mengikuti kajian agar senantiasa dekat dengan Allah yang menjadikan lebih tenang disaat mengerjakan skripsi.
5. Sahabat satu kontrakan dan seperjuangan yaitu Erika, Hani, Heni, Mila, Mona, dan Vika yang telah memberikan semangat hingga selesainya penulisan skripsi.
6. Sahabat Inhil yaitu Anggun, Diki, Sohid, Tama yang telah menghibur dikala lelah dalam mengerjakan skripsi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala, yang telah memberikan kemudahan, rahmat dan kasih sayangnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Atmosfer Toko dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif dengan Keadaan Emosional sebagai Variabel Pemediasi”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mohameddia Yogyakarta. Penulis mengusulkan topik ini, berharap dapat memberikan referensi untuk pengambilan keputusan perusahaan dan memberikan ide pengembangan untuk penelitian lebih lanjut. Selesaiannya skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan semua pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. 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 dan pikiran, memberikan arahan dan masukan, serta motivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Kedua orang tuaku yang telah memberikan dukungan baik secara materi maupun non materi, dan juga yang selalu memberikan semangat serta doa selama penulisan skripsi.
5. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, semangat, kemudahan dan dukungan selama proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis sangat menyadari bahwa tulisan ini masih sangat kurang sempurna baik dari segi materi, penyusunan, dan tata bahasanya, oleh karena itu penulis berharap para pembaca dapat memberikan kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaannya. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, termasuk penulis, khususnya yang lain.

Yogyakarta, 21 Januari 2022



Sinta

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI	9
2.1 Landasan Teori	9
2.2 Konsep dan Definisi Variabel	10
2.3 Hubungan Antar Variabel	15
2.4 Temuan Riset Terdahulu.....	26
2.5 Model Penelitian.....	31
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Pendekatan Penelitian	32
3.2 Subjek Penelitian	32
3.4 Identifikasi Variabel	34
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
3.6 Pengujian kualitas instrumen	37
3.7 Uji Hipotesis dan Analisis Data	38
BAB IV.....	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41

A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	41
1. Sejarah Mirota Kampus.....	41
B. Subjek Penelitian	42
C. Pengujian Instrumen	44
1. Uji Reliabilitas dan Uji Validitas.....	44
D. Proses Analisis Data.....	46
1. Pengembangan Model Berdasarkan Teori	47
2. Menyusun Diagram Jalur	47
3. Mengubah Diagram Jalur menjadi Persamaan Struktural.....	48
4. Memilih Input Matriks dan Estimasi Model yang Diusulkan	50
5. Menilai Identifikasi Model Struktural.....	53
6. Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	53
7. Interpretasi dan Modifikasi Model	57
E. Pengujian Hipotesis	57
1) Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Keadaan Emosional	58
2) Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keadaan Emosional.....	58
3) Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Pembelian Impulsif	59
4) Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif.....	59
5) Pengaruh Keadaan Emosional terhadap Pembelian Impulsif.....	59
7) Keadaan Emosional Memediasi Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif	61
BAB V	66
SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....	66
A. Simpulan	66
B. Keterbatasan Penelitian	69
C. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jenis Penghargaan	5
Tabel 2. 1 Elemen-elemen desain suatu lingkungan toko	11
Tabel 2. 2 Ringkasan Penelitian Terdahulu	23
Tabel 2. 3 Ringkasan Penelitian Terdahulu	25
Tabel 2. 4 Ringkasan Penelitian Terdahulu	26

Tabel 2. 5 Ringkasan Penelitian Terdahulu	27
Tabel 2. 6 Ringkasan Penelitian Terdahulu	29
Tabel 2. 7 Ringkasan Penelitian Terdahulu	30
Tabel 2. 8 Ringkasan Penelitian Terdahulu	32
Tabel 2. 9 Riset Terdahulu	33
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	42
Tabel 3. 2 Goodness of Fit Indices	47
Tabel 4. 1 Profil Responden	50
Tabel 4. 2 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	54
Tabel 4. 4 Hasil Pengujian Outliers	59
Tabel 4. 5 Degrees of Freedom	61
Tabel 4. 6 Menilai Goodnes of Fit.....	61
Tabel 4. 7 Hubungan antar Variabel	65
Tabel 4. 8 Standardized Direct Effect	67
Tabel 4. 9 Standardized indirect Effect	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 The Mehrabian-Russell model (1974).....	17
Gambar 2. 2 Model Penelitian	37
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	57
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran. 2 Path Diagram (Diagram Alur)	83
Lampiran. 3 Konversi Diagram Alur Ke Dalam Persamaan Struktural	84
Lampiran. 4 Uji Validitas.....	85
Lampiran. 5 Uji Normalitas.....	86
Lampiran. 6 Identifikasi Model Struktural	87
Lampiran. 7 Uji Mahalanobis Outlier	88
Lampiran. 8 Uji Goodnes Of Fit.....	91
Lampiran. 9 Uji Hipotesis	93
Lampiran. 10 Pengaruh Langsung Dan Pengaruh Tidak Langsung.....	94
Lampiran. 11 Profil Responden.....	97