

**PENGARUH SALES PROMOTION DAN STORE ATMOSPHERE
TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN POSITIVE
EMOTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Konsumen Mirota Kampus Yogyakarta)**

***THE EFFECT OF SALES PROMOTION AND STORE ATMOSPHERE
ON IMPULSE BUYING WITH POSITIVE EMOTION
AS AN INTERVENING VARIABLE
(Study on Mirota Kampus Yogyakarta Consumers)***



**Disusun oleh:
BAGUS ICHSAN MAHENDRA
20200410422**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2024**

**PENGARUH SALES PROMOTION DAN STORE ATMOSPHERE
TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN POSITIVE
EMOTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Konsumen Mirota Kampus Yogyakarta)**

***THE EFFECT OF SALES PROMOTION AND STORE ATMOSPHERE
ON IMPULSE BUYING WITH POSITIVE EMOTION
AS AN INTERVENING VARIABLE
(Study on Mirota Kampus Yogyakarta Consumers)***

SKRIPSI

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



**Disusun oleh:
BAGUS ICHSAN MAHENDRA
20200410422**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya,

Nama : Bagus Ichsan Mahendra

Nomor Mahasiswa : 20200410422

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "**PENGARUH SALES PROMOTION DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN POSITIVE EMOTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Konsumen Mirota Kampus Yogyakarta)**" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk diperoleh gelar sarjana di satuan perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya, atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang saya tulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini terdapat karya atau pendapat orang lain, maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 23 Februari 2024


1000
REPUBLIK INDONESIA
GARUDA
1000
METERAI
TEMPEL
707ALX103968687
Bagus Ichsan M

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan serta rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini. Penulis sadar bahwa tanpa bantuan orang-orang terkasih, skripsi ini akan jauh dari kata selesai. Untuk itu, dengan segenap rasa syukur penuh kasih dan sayang, penulis persembahkan rasa syukur kepada:

1. Papah saya Suhariyanto dan Mamah saya Sri Lestari yang sudah bersusah payah membesarkan dan mendidik serta selalu mendoakan saya, memberikan semangat dan dukungan penuh serta selalu menyayangi saya dengan segenap rasa cinta.
2. Saudara penulis, Mas Jemmy Harris Pradana Putra dan Mba Dea Dewinta Larasati, terima kasih telah menjadi penyemangat dan motivasi dalam kelancaran skripsi ini.
3. Untuk sahabat sahabat saya yang selama ini memberikan motivasi, semangat serta tempat berkeluh kesah sehingga penulis menjadi sosok yang lebih baik, sabar dan berhasil melewati semua rintangan dan hambatan selama berkuliah.
4. Teman-teman Manajemen kelas K yang telah memberikan pengalaman berharga dan keluarga baru sehingga penulis mendapatkan banyak pembelajaran yang bermakna.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullaahi wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah dalam memberikan kesempatan dalam menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Sales Promotion* dan *Store Atmosphere* terhadap *Impulse Buying* dengan *Positive Emotion* sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada Konsumen Mirota Kampus Yogyakarta)”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat akademik memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis sangat menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini pasti tidak lepas dari bantuan berbagai elemen yang telah membimbing serta memberi dorongan moral. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada pihak yang terkait dalam pembuatan skripsi, kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, SE., M.Sc., M.Si., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, SE., M.Si., selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan serta kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, SE., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam membantu dan memberikan bimbingan, konsultasi serta arahan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi.
4. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, kemudahan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sadar bahwa dalam pembuatan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kesempurnaan, maka dari itu dengan lapang dada penulis menerima saran dan kritikan yang membangun. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini bermanfaat dan memberikan pengetahuan bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Yogyakarta, 23 Februari 2024



Bagus Ichsan M

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI Error! Bookmark not defined.	
PERNYATAAN ORIGINALITAS.....Error! Bookmark not defined.	
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	16
PENDAHULUAN.....	16
A. Latar Belakang Penelitian.....	16
B. Rumusan Masalah.....	19
C. Tujuan Penelitian.....	19
D. Manfaat Penelitian	20
BAB II	22
TINJAUAN PUSTAKA	22
A. Landasan Teori	22
B. Hasil Penelitian Terdahulu	26
C. Pengembangan Hipotesis.....	30
D. Model Penelitian.....	36
BAB III.....	37
METODE PENELITIAN	37
A. Objek dan Subjek Penelitian	37
B. Jenis Data.....	37
C. Teknik Pengambilan Sampel	37
D. Teknik Pengumpulan Data	38
E. Operasionalisasi Variabel.....	39

F. Uji Kualitas Instrumen	41
G. Alat Analisis Data dan Uji Hipotesis	42
BAB IV	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	48
B. Uji Kualitas Instrumen	52
C. Statistik Deskriptif	54
D. Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis	56
E. Pengujian Hipotesis.....	65
F. Pembahasan	66
BAB V.....	72
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	72
A. Simpulan	72
B. Keterbatasan Penelitian	73
C. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Instrumen Skala Likert	39
Tabel 3. 2 Definisi dan Indikator Variabel Penelitian	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan.....	49
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	51
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4. 9 Kategori Jawaban Responden	54
Tabel 4. 10 Tabel Statistik Deskriptif Variabel Sales Promotion.....	54
Tabel 4. 11 Tabel Statistik Deskriptif Variabel Store Atmosphere	55
Tabel 4. 12 Tabel Statistik Deskriptif Variabel Positive Emotion.....	55
Tabel 4. 13 Tabel Statistik Deskriptif Variabel Impulse Buying.....	56
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4. 15 Hasil Uji Outlier	61
Tabel 4. 16 Computation Of Degree Of Freedom	64
Tabel 4. 17 Hasil Uji Goodness-of-fit.....	64
Tabel 4. 18 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung	65
Tabel 4. 19 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data total toko retail di Indonesia (2017-2021)	16
Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	36
Gambar 4. 1 Model Penelitian menggunakan AMOS 26	57
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural	58
Gambar 4. 3 Batas Outliers.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 (Kuesioner)	82
Lampiran 2 (Hasil Jawaban Responden)	86
Lampiran 3 (Jawaban Pertanyaan Screening)	90
Lampiran 4 (Hasil Uji Validitas)	92
Lampiran 5 (Hasil Uji Reliabilitas)	93
Lampiran 6 (Hasil Analisis Deskriptif tiap Variabel)	93
Lampiran 7 (Hasil Uji Normalitas)	94
Lampiran 8 (Nilai Ekstrim)	94
Lampiran 9 (Penghitungan Degrees of Freedom)	95
Lampiran 10 (Hasil Uji Goodness of Fit)	95
Lampiran 11 (Hasil Uji Hipotesis)	96
Lampiran 12 (Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung)	96