

**PENGARUH POTONGAN HARGA *DAN STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP EMOSI POSITIF DAN DAMPAKNYA TERHADAP
*IMPULSE BUYING BEHAVIOR***

(Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Sumber Jaya)

***THE INFLUENCE OF PRICE DISCOUNT AND STORE
ATMOSPHERE ON POSITIVE AFFECT AND ITS IMPACT ON
IMPULSE BUYING BEHAVIOR***

(A Case Study of Customers of The Indomaret Sumber Jaya)

Oleh :

Gresia Indriani

2016410917

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Pada Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA**

JAKARTA

2019

**Pengaruh Potongan Harga dan *Store Atmosphere* Terhadap Emosi
Positif dan Dampaknya Terhadap *Impulse Buying Behavior***

(Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Sumber Jaya)

***THE INFLUENCE OF PRICE DISCOUNT AND STORE
ATMOSPHERE ON POSITIVE AFFECT AND ITS IMPACT ON
IMPULSE BUYING BEHAVIOR***

(A Case Study of Customers of The Indomaret Sumber Jaya)

Oleh :

Gresia Indriani

2016410917

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen Pada Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA JAKARTA**

2019

**Pengaruh Potongan Harga dan *Store Atmosphere* Terhadap Emosi
Positif dan Dampaknya Terhadap *Impulse Buying Behavior*
(Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Sumber Jaya)**

THE INFLUENCE OF PRICE DISCOUNT AND STORE

***ATMOSPHERE ON POSITIVE AFFECT AND ITS IMPACT ON
IMPULSE BUYING BEHAVIOR***

(A Case Study of Customers of The Indomaret Sumber Jaya)

Oleh :

Gresia Indriani

2016410917

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal

Seperti tertera di bawah ini

Jakarta, 19 Agustus 2019 dengan nilai A-

Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.

Dosen Pembimbing

Dr. Firsan Nova

Penguji I

Resa Nurlaela A, S.E., M.M.

Penguji II

Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.

Penguji III

Mu'man Nuryana, Ph.D.

Dekan Fakultas Ekonomi

Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa :

Nama : Gresia Indriani

NIM : 2016410917

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **“Pengaruh Potongan Harga dan *Store Atmosphere* Terhadap Emosi Positif dan Dampaknya Terhadap *Impulse Buying Behavior* (Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Sumber Jaya)”**, yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun sebagian dari hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan.

Jakarta, 19 Agustus 2019

Gresia Indriani

ABSTRAK

Nama : Gresia Indriani, NIM : 2016410917, Judul : Pengaruh Potongan Harga dan *Store Atmosphere* terhadap Emosi Positif dan Dampaknya terhadap *Impulse Buying Behavior* (Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Sumber Jaya), Bidang Ilmu : Manajemen Pemasaran, dibawah bimbingan Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh potongan harga dan *store atmosphere* terhadap emosi positif dan dampaknya terhadap *impulse buying behavior* di Indomaret Sumber Jaya. Penelitian ini menggunakan data berupa data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Jumlah kuesioner sebanyak 200 responden yang merupakan orang yang berkunjung dan pernah melakukan pembelian di Indomaret Sumber Jaya minimal 3 kali dalam 3 bulan terakhir dan berada di lokasi saat penelitian sedang berlangsung. Teknik sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dan cara pengambilan sampelnya dengan menggunakan *purposive sampling*. Kemudian dilakukan uji analisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dan diolah menggunakan LISREL versi 8.8.

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh potongan harga dan *store atmosphere* terhadap *impulse buying behavior* melalui emosi positif di Indomaret Sumber Jaya yaitu positif atau memiliki hubungan yang signifikan. Hal tersebut dilihat dari nilai t (*t-values*) yang lebih dari 1.96 ($\alpha = 5\%$) yaitu masing-masing sebesar 2.37 (potongan harga terhadap emosi positif), sebesar 8.37 (*store atmosphere* terhadap emosi positif), sebesar 3.58 (potongan harga terhadap *impulse buying behavior*), sebesar -1.38 (*store atmosphere* terhadap *impulse buying behavior*), dan sebesar 7.88 (emosi positif terhadap *impulse buying behavior*). Untuk pengujian pengaruh variabel *intervening* menggunakan uji Sobel dan diperoleh nilai t (*t-values*) lebih besar dari 1.96 ($\alpha = 5\%$) yaitu sebesar 4.50. Hasil tersebut menunjukkan bahwa emosi positif sebagai variabel *intervening* memiliki hubungan yang signifikan.

Kata Kunci : Potongan Harga, *Store Atmosphere*, Emosi Positif, *Impulse Buying Behavior*

ABSTRACT

Name: Gresia Indriani, NIM: 2016410917, Title: The Influence of Price Discount and Store Atmosphere on Positive Emotion and Its Impact on Impulse Buying Behavior (A Case Study of Customers of The Indomaret Sumber Jaya), Field of Science: Marketing Management, under the guidance of Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.

This study aims to determine the influence of price discount and store atmosphere on positive emotion and its impact on impulse buying behavior in Indomaret Sumber Jaya. This research uses data in the form of primary data obtained from questionnaires. The number of questionnaires was 200 respondents who were people who visited and had made purchases at Indomaret Sumber Jaya at least 3 times in the last 3 months and were in locations when the research was underway. The sample technique used is non probability sampling and the method of sampling using purposive sampling. Then an analysis test using Structural Equation Modeling (SEM) was carried out and processed using LISREL version 8.8.

The results showed the influence of price discount and store atmosphere on impulse buying behavior through positive affect in Indomaret Sumber Jaya which is positive or has a significant relationship. This is seen from the value of t (tvalues) which is more than 1.96 ($\alpha = 5\%$), which is 2.37 (price discount to positive affect), equal to 8.37 (store atmosphere to positive affect), amounting to 3.58 (price discount to impulse buying behavior), amounting to -1.38 (store atmosphere to impulse buying behavior), and amounting to 7.88 (positive affect to impulse buying behavior). To test the influence of intervening variable using the Sobel test and obtained a value of t greater than 1.96 ($\alpha = 5\%$) that is equal to 4.50. These results indicate that positive affect as a intervening variable has a significant relationship.

Keywords: Price Discount, Store Atmosphere, Positive Affect, Impulse Buying Behavior

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH POTONGAN HARGA DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP EMOSI POSITIF DAN DAMPAKNYA TERHADAP *IMPULSE BUYING BEHAVIOR* (STUDI KASUS PADA KONSUMEN INDOMARET SUMBER JAYA)”** sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam pengerjaan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya doa dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan skripsi.
2. Bapak Mu'man Nuryana, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada dan Dosen Pembimbing Akademik.
4. Bapak dan Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta seluruh Karyawan dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah banyak membantu dari awal perkuliahan sampai dengan penulis menyelesaikan skripsi ini.
5. Kedua Orang Tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan semangat, tidak henti-hentinya memberikan doa, dan senantiasa memberikan dukungan moral sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

6. Melisa Surya Hidayah, S.E. yang selalu meluangkan waktunya untuk membantu, memberikan dukungan dan motivasi selama proses penulisan skripsi, terima kasih banyak Melisa.
7. Untuk teman-teman penulis yang saling memberikan dukungan dan semangat, Putri Bening Nurani, Sarah Nandaditya, Eka Putri Wulandari, Rafika Dwi Lutfiani, Dina Komala, Ratih Indrawati, Fajar Ramdhani, Tomas Rino, Mutia Khairani, Irawati Kusuma, I Komang Satya dan semua teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa hormat penulis karena selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Demikian skripsi ini dibuat, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, sehingga penulis berharap kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 19 Agustus 2019

Penulis,

Gresia Indriani

DAFTAR ISI

Halaman

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah	14
1.2.1 Identifikasi Masalah	14
1.2.2 Pembatasan Masalah	15
1.2.3 Rumusan Masalah	15
1.3 Jangka Waktu dan Lokasi Penelitian	15
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Kegunaan Penelitian.....	16
BAB II LANDASAN TEORI, PENELITIAN SEBELUMNYA, DAN KERANGKA PEMIKIRAN	17
2.1 Kajian Pustaka	17
2.1.1 Pemasaran	17
2.1.2 Manajemen Pemasaran	18
2.1.3 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	19
2.1.4 Promosi	21
2.1.5 Potongan Harga	25
2.1.6 Ritel	28
2.1.7 <i>Store Atmosphere</i>	31

2.1.8 Emosi	42
2.1.9 Emosi Positif.....	45
2.1.10 Perilaku Konsumen.....	46
2.1.11 <i>Impulse Buying Behavior</i>	49
2.2 Penelitian Terdahulu	53
2.3 Kerangka Pemikiran	59
2.4 Hipotesis Penelitian	61
BAB III METODE PENELITIAN	62
3.1 Metode yang Digunakan	62
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	63
3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data	71
3.3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	71
3.3.2 Sumber dan Jenis Data	71
3.3.3 Cara Penentuan Data	72
3.3.4 Teknik <i>Sampling</i>	74
3.4 Teknik Pengumpulan Data	75
3.5 Rencana Analisis dan Uji Hipotesis	77
3.5.1 Uji Keabsahan Data	77
3.5.1.1 Uji Validitas	77
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	78
3.6 Alat Analisis Data	79
BAB IV ANALISA, HASIL PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN	85
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	85
4.2 Hasil Penelitian Karakteristik atau Profil Responden	88
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	98
4.4 Analisis Model Struktural	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	118
5.1 Kesimpulan	118
5.2 Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN	126

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i>	7
Tabel 1.2 Tanggapan Responden Mengenai Potongan Harga di Indomaret Sumber Jaya	9
Tabel 1.3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Store Atmosphere</i> di Indomaret Sumber Jaya	10
Tabel 1.4 Tanggapan Responden Mengenai Emosi Positif di Indomaret Sumber Jaya	11
Tabel 1.5 Tanggapan Responden Mengenai <i>Impulse Buying Behavior</i> di Indomaret Sumber Jaya	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	53
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	63
Tabel 3.2 Skala Likert	76
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	89
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	89
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	90
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal.....	91
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	92
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	93
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Intensitas Berbelanja	94
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Barang Tambahan Yang Dibeli ...	95
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Setiap Transaksi	96
Tabel 4.10 Profil Responden Berdasarkan Alternatif Minimarket Lain	97
Tabel 4.11 Reliabilitas Variabel Potongan Harga	102
Tabel 4.12 Reliabilitas Variabel <i>Store Atmosphere</i>	104
Tabel 4.13 Reliabilitas Variabel Emosi Positif	106
Tabel 4.14 Reliabilitas Variabel <i>Impulse Buying Behavior</i>	108

Tabel 4.15 Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model 109

Tabel 4.16 Evaluasi Koefisien Model Struktural dan Kaitannya dengan
Hipotesis Penelitian 113



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 <i>Global Retail Development Index 2017</i>	4
Gambar 1.2 Jumlah Gerai 10 Toko Ritel di Indonesia (Jan - Mar 2017)	5
Gambar 1.3 Hasil Pra Survei Secara Keseluruhan	13
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	60
Gambar 4.1 Logo Indomaret	86
Gambar 4.2 Potongan Harga (<i>T-values</i>)	99
Gambar 4.3 Potongan Harga (<i>Standardized Solution</i>)	100
Gambar 4.4 Potongan Harga (<i>T-values</i>)	101
Gambar 4.5 Potongan Harga (<i>Standardized Solution</i>)	101
Gambar 4.6 <i>Store Atmosphere</i> (<i>T-values</i>)	103
Gambar 4.7 <i>Store Atmosphere</i> (<i>Standardized Solution</i>)	104
Gambar 4.8 Emosi Positif (<i>T-values</i>)	105
Gambar 4.9 Emosi Positif (<i>Standardized Solution</i>)	106
Gambar 4.10 <i>Impulse Buying Behavior</i> (<i>T-values</i>)	107
Gambar 4.11 <i>Impulse Buying Behavior</i> (<i>Standardized Solution</i>)	108
Gambar 4.12 Model Struktural (<i>Estimates</i>)	111
Gambar 4.13 Model Struktural (<i>T-values</i>)	111

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian (Pra Survei)	127
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	131
Lampiran 3 Data Daftar Profil Responden Pra Survei	136
Lampiran 4 Tabulasi Data Pra Survei Potongan Harga	137
Lampiran 5 Tabulasi Data Pra Survei <i>Store Atmosphere</i>	138
Lampiran 6 Tabulasi Data Pra Survei Emosi Positif	139
Lampiran 7 Tabulasi Data Pra Survei <i>Impulse Buying Behavior</i>	140
Lampiran 8 Data Daftar Profil Responden Kuesioner Penelitian	141
Lampiran 9 Tabulasi Data Kuesioner Penelitian	152
Lampiran 10 <i>Structural Equation Modeling – Structural Model Output</i>	166
Lampiran 11 Catatan Kegiatan Konsultasi	172
Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup	173