

**PENGARUH *DISCOUNT PRICE, STORE ATMOSPHERE* DAN  
*SHOPPING EMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING*  
(STUDI PADA DUTA MODE JEPARA )**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk menyelesaikan program Sarjana ( S1 )

Pada program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Nahdhatul Ulama Jepara

Disusun oleh

**ROIKHATUL MUSTAFIDAH**

NIM 151110001645

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ISLAM NAHDHATUL ULAMAJEPARA  
2020**

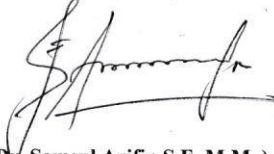
**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**PENGARUH *DISCOUNT PRICE, STORE ATMOSPHERE* DAN *SHOPING***  
***EMOSI* TERHADAP *IMPULSE BUYING***  
**(STUDI PADA DUTA MODE JEPARA )**

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan dihadapan  
tim penguji skripsi program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Nahdhatul Ulama Jepara

Nama : Roikhatul mustafidah  
NIM : 151110001645  
Program Studi : Manajemen pemasaran

Disetujui Oleh pembimbing

Pembimbing



( Dr. Samsul Arifin S.E., M.M. )

NIY.174071999134

6 Maret 2020

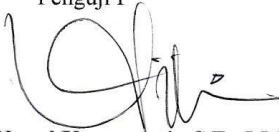
**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PENGARUH *DISCOUNT PRICE, STORE ATMOSPHERE* DAN *SHOPING***  
***EMOSI* TERHADAP *IMPULSE BUYING* (STUDI PADA DUTA MODE**  
**JEPARA )**

Nama penyusun : Roikhatul mustafidah  
NIM : 151110001645  
Program Studi : Manajemen pemasaran

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan penguji  
Program studi Fakultas Manajemen Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Nahdhatul Ulama Jepara.

Pada hari, *Jum'at* tanggal *13 Maret 2020*

Penguji I

  
( Nurul Komaryatin S.E., M.Si. )

NIY.170101597013

Penguji II

  
( H. Much Imron S.E., M.M. )

NIY. 165080297011

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Nahdhatul Ulama Jepara

  
(H. Much Imron, S.E, M.M)  
NIY. 165080297011

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULISAN SKRIPSI**

Bismillahirrahmanirahim

Saya yang menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari program S-1 jurusan Manajemen merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar starta 1 (S-1) dari Universitas Islman Nahdhatul Ulama Jepara maupun dari perguruan tinggi lain.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan normal, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi berjudul : “ pengaruh Discount Price, Store Atmosphere dan Shopping Emotion Terhadap Impluse Buying pada Duta Mode Jepara
2. Saya juga mengakui bahwa hasil karya ini, dapat diselesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing saya yaitu Dr. H. Samsul Arifin, S.E.,M.M.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima PENCABUTAN GELAR AKADEMIK yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.



Jepara, 6 Maret 2020

Roikhatul Mustafidah

151110001645

## MOTO

“ Kemenangan yang seindah – indah nya dan sesukar-sukarnya yang boleh direbut oleh manusia ialah menundukan diri sendiri.”

“ Saya datang, saya bimbingan, saya revisi dan saya menang “

## PERSEMBAHAN

1. Allah SWT yang telah memberi kekuatan dan kelancaran dalam menyusun skripsi.
2. Bapak dan ibu serta kakaku tersayang yang tanpa henti mendoakan dan memberi dukungan.
3. Dr. Samsul Arifin S.E.,M.M.. selaku dosen pembimbing saya yang selalu sabar membantu mengarahkan serta memberi dukungan penuh untuk menyelesaikan skripsi saya .
4. Untuk diri saya sendiri yang berdamai dengan semua prosesnya lalu berjanji untuk tidak pernah berhenti berjuang.
5. Sepupuku Naila hawalatuzzahiroh yang selalu memberi dukungan penuh serta saling membantu untuk sama-sama menyelesaikan skripsi.
6. Sahabat-sahabat saya, terutama Reni Setyani yang ikhlas membantu serta menemani menyusun skripsi
7. Teman-teman ME 2015

## DAFTAR ISI

|                                                 |                                     |
|-------------------------------------------------|-------------------------------------|
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                         | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULISAN SKRIPSI ..... | ii                                  |
| MOTO DAN PERSEMBAHAN.....                       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| DAFTAR GAMBAR .....                             | x                                   |
| DAFTAR TABEL .....                              | xi                                  |
| ABSTRAK .....                                   | xii                                 |
| BAB I PENDAHULUAN .....                         | 1                                   |
| 1.1 Latarbelakang .....                         | 1                                   |
| 1.2 Ruang lingkup ( batasan masalah ).....      | 14                                  |
| 1.3 Masalah penelitian.....                     | 15                                  |
| 1.4 Tujuan penelitian.....                      | 16                                  |
| 1.5 Manfaat Penelitian.....                     | 17                                  |
| 1.5.1 Manfaat Teoritis .....                    | 17                                  |
| 1.5.2 Manfaat Praktis .....                     | 18                                  |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                    | 19                                  |
| 2.1 Landasan Teori .....                        | 19                                  |
| 2.1.1 Pengertian Impulse Buying.....            | 19                                  |
| 2.1.2 Pengertian <i>Discount price</i> .....    | 22                                  |
| 2.1.3 Pengertian <i>store atmosphere</i> .....  | 25                                  |
| 2.1.4 Pengertian shopping emotion.....          | 26                                  |
| 2.2 Penelitian Terdahulu.....                   | 28                                  |

|                                                                   |           |
|-------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis (KPT) .....                      | 30        |
| 2.4. Perumusan Hipotesis .....                                    | 31        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>                             | <b>34</b> |
| 3.1 Jenis Penelitian .....                                        | 34        |
| 3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....    | 34        |
| 3.2.1 Variabel Dependen ( y ) .....                               | 34        |
| 3.2.2 Variabel Independen .....                                   | 35        |
| 3.2.3 Definisi Operasional .....                                  | 35        |
| 3.3. Data dan Sumber Data.....                                    | 36        |
| 3.3.1 Jenis Data .....                                            | 37        |
| 3.3.2 Sumber Data .....                                           | 37        |
| 3.3.3 Populasi, Jumlah Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel ..... | 38        |
| 3.3.4 Populasi Sample.....                                        | 38        |
| 3.3.5 Sample .....                                                | 38        |
| 3.3.6 Teknik Pengambilan Sampel .....                             | 39        |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data .....                                 | 40        |
| 3.4.1 Kuesioner .....                                             | 40        |
| 3.4.2. Wawancara.....                                             | 40        |
| 3.4.3. Studi Pustaka.....                                         | 40        |
| 3.5 Metode Pengolahan Data.....                                   | 41        |
| 3.5.1 Editing.....                                                | 41        |
| 3.5.2 Coding.....                                                 | 41        |
| 3.5.3 Scoring.....                                                | 41        |
| 3.5.4 Tabulating .....                                            | 42        |
| 3.6 Metode Analisis Data .....                                    | 42        |

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| 3.6.1. Analisis Regresi Linier Berganda .....             | 42 |
| 3.6.2. Statistik Deskriptif .....                         | 43 |
| 3.6.3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....           | 43 |
| 3.6.4. Pengujian Hipotesis .....                          | 44 |
| 3.6.3.2. Uji t .....                                      | 44 |
| 3.7. Uji Validitas Dan Realibilitas.....                  | 45 |
| 3.7.1. Uji Validitas .....                                | 46 |
| 3.7.2. Uji Reabilitas .....                               | 46 |
| 3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....                              | 46 |
| 3.7.4 Uji parsial (uji t).....                            | 48 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....              | 50 |
| 4.1 Gambaran umum objek penelitian.....                   | 50 |
| 4.2 Deskripsi Responden .....                             | 51 |
| 4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 51 |
| 4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....          | 52 |
| 4.2.3 Deskripsi Reaponden Berdasarkan Pekerjaan.....      | 53 |
| 4.3Deskripsi Variabel.....                                | 53 |
| 4.3.1 Deskripsi Variabel Discount Price .....             | 54 |
| 4.3.2 Deskripsi Variabel Store Atmosphere .....           | 55 |
| 4.3.3 Deskripsi Variabel Shopping Emotion .....           | 57 |
| 4.3.4 Deskripsi Variabel Impluse Buying.....              | 59 |
| 4.4 Analisis Data .....                                   | 60 |
| 4.4.1 Uji Vliditas.....                                   | 60 |
| 4.4.2 Uji Reabilitas .....                                | 62 |
| 4.4 Uji Asumsi Klasik .....                               | 63 |

|                                                                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.4.1 Uji Normalitas.....                                                                                                    | 63 |
| 4.4.2 Uji Multikolinearitas.....                                                                                             | 64 |
| 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....                                                                                          | 65 |
| 4.5. Analisis Regresi Linier Berganda.....                                                                                   | 68 |
| 4.5.1 Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....                                                                             | 68 |
| 4.6 Analisis Uji Hipotesis.....                                                                                              | 70 |
| 4.6.1 Uji F.....                                                                                                             | 70 |
| 4.6.2 Uji t.....                                                                                                             | 71 |
| 4.6.3 Koefisien Determinasi ( R ).....                                                                                       | 74 |
| 4.7 Pembahasan .....                                                                                                         | 75 |
| 4.7.1 Pengaruh <i>Discount Price</i> ( X1) Terhadap <i>Impluse Buying</i> Pada Duta Mode Jepara.....                         | 75 |
| 4.7.2 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> ( X2) Terhadap <i>Impluse Buying</i> Pada Duta Mode Jepara.....                       | 76 |
| 4.7.3 Pengaruh <i>Shopping Emotion</i> (X3) terhadap <i>Impluse Buying</i> pada Duta Mode Jepara.....                        | 77 |
| 4.7.4 Pengukuran <i>Impluse Buying</i> ( Y ).....                                                                            | 78 |
| 4.7.5 Pengaruh <i>Discont Price</i> , <i>Store Atmosphere</i> , <i>Shopping Emotion</i> terhadap <i>Impluse Buying</i> ..... | 79 |
| BAB V PENUTUP.....                                                                                                           | 81 |
| 5.1 Kesimpulan.....                                                                                                          | 81 |
| 5.2 Saran.....                                                                                                               | 82 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                                                                         | 83 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Gambar 1 Kerangka pemikiran .....     | 31 |
| Gambar 2 Kurva Uji F.....             | 44 |
| Gambar 3 Kurva Uji t 2 arah.....      | 45 |
| Gambar 4Daerah penerimaan Uji F ..... | 71 |
| Gambar 5 Hasil Uji t .....            | 71 |
| Gambar 6 Kurva tabel t.....           | 72 |
| Gambar 7 Kurva uji t.....             | 73 |
| Gambar 8 Kurva uji t.....             | 74 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                       |               |
|-----------------------------------------------------------------------|---------------|
| Tabel 1 Jumlah Discount Perbulan .....                                | 7             |
| Tabel 2 Data Penjualan 1 tahun Terakhir.....                          | 9             |
| Tabel 3 Grafik penjualan Pada Duta Mode Jepara.....                   | 9             |
| Tabel 4 Penelitian Terdahulu .....                                    | 29            |
| Tabel 5 Operasional Variabel dan Indikator Empiris .....              | 36            |
| Tabel 6 Deskripsi Responden Jenis Kelamin.....                        | 51            |
| Tabel 7 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....                    | 52            |
| Tabel 8 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                | 53            |
| Tabel 9 Uji Validitas .....                                           | 61            |
| Tabel 10 Uji Reabilitas.....                                          | 62            |
| Tabel 11 Normal P-P Plot of Regression Standardized Rasidual .....    | 63            |
| Tabel 12 One Sample Kolmogrov-Smirnov Test.....                       | 64            |
| Tabel 13 Uji Multikolinearitas .....                                  | 65            |
| Tabel 14 Uji Heteroskedastisitas.....                                 | 67            |
| Tabel 15 Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....                   | 68            |
| Tabel 16 Uji F .....                                                  | 70            |
| Tabel 17 Model Summary.....                                           | 74            |
| Tabel 18 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Discount Price.....    | <b>Error!</b> |
| <b>Bookmark not defined.</b>                                          |               |
| Tabel 19 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Store Atmosphere ..... | <b>Error!</b> |
| <b>Bookmark not defined.</b>                                          |               |
| Tabel 20 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Shopping Emotion ..... | <b>Error!</b> |
| <b>Bookmark not defined.</b>                                          |               |
| Tabel 21 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Shopping Emotion ..... | <b>Error!</b> |
| <b>Bookmark not defined.</b>                                          |               |

## ABSTRAK

JUDUL : PENGARUH *DISCOUNT PRICE*, *STORE ATMOSPHERE* DAN *SHOPPING EMOTION* TERHADAP *IMPLUSE BUYING* ( STUDI KASUS PADA DUTA MODE JEPARA )

Penulis : Roikhatul mustafidah

NIM : 151110001645

Prodi : Manajemen

Pembimbing 1 : H. Samsul Arifin, S.E., M.M.

Penguji 1 : Nurul komaryatin, S.E., M.Si.

Penguji II : H. Much Imron S.E., M.M.

Tanggal Ujian : 13 Maret 2020

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan mengetahui pengaruh dari adanya *Discount Price*, *Store Atmosphere* dan *Shopping Emotion* terhadap *Impluse Buying* Studi pada Duta Mode Jepara. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang ada pada Duta Mode Jepara. Sampel dalam penelitian ini adalah 97 diambil dengan menggunakan rumus Rao Purba. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* atau disebut dengan sampel kebetulan yaitu pengunjung yang datang di Duta Mode Jepara. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan program pengolahan data SPSS 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Discount Price*, *Store Atmosphere* dan *Shopping Emotion* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Impluse Buying* pada Duta Mode Jepara. Nilai Koefisien determinasi adalah sebesar 0,420. Hal tersebut menunjukkan bahwa 42,0% faktor yang mempengaruhi *impluse buying* dapat dijelaskan oleh *discount price*, *store atmosphere*, dan *shopping emotion*. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 58% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Discount Price*, *Store Atmosphere*, *Shopping Emotion*, *Impluse Buying*.

## **KATA PENGANTAR**

**Assalamu'alaikum Wr Wb.**

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. yang melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Discount Price , Store Atmosphere dan Shopping Emotion Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Duta Mode Jepara )”. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan orang-orang yang selalu meniti dijalannya.

Penelitian skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar S1 Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara Program Studi Manajemen. Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1.Bapak Much. Imron, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara.

2.Bapak A. Khoirul Anam, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara.

3. Bapak Dr. Samsul Arifin S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan serta arahan selama penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

4. Bapak dan Ibu Dosen atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menjalani studi di UNISNU Jepara.

5. Bapak ibukku, kakaku tersayang yang telah memberikan dukungan fisik maupun spiritual dan doa restu, support yang luar biasa serta kasih sayang.

6. Staff dan seluruh karyawan yang bertugas di UNISNU Jepara yang telah membantu dalam melancarkan terselesainya skripsi ini dengan baik.

7. Saudara-saudaraku, serta teman –teman dari FEB khususnya Prodi Manajemen Pemasaran, yang memberikan semangat dan bantuan dalam segala hal. Dan seluruh pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini.

8. Bapak selaku Operational Manager Duta Mode Jepara yang telah bersedia membantu penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari keterbatasan dalam penelitian skripsi ini, meskipun telah semua pengetahuan, perhatian dan tenaga tercurahkan demi penyusunan skripsi ini. Maka dari itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih bagi semua pihak yang telah memberikan saran serta kritik yang sifatnya membangun kesempurnaan penelitian skripsi ini.

Demikian kata pengantar ini dibuat, penulis berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat serta tambahan wawasan bagi penulis sendiri khususnya dan rekan-rekan pembaca pada umumnya. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.Jepara,

Penulis

Roikhatul Mustafidah