

**PENGARUH USIA, PROMOSI, DAN SHOPPING
EMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING PADA
DUTA MODE JEPARA**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu untuk menempuh Skripsi
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Disusun oleh

FIRMAN ARIFIN

NIM 141110001260

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA
JEPARA
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH USIA, PROMOSI, *SHOPPING EMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA DUTA MODE JEPARA

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan di hadapan tim penguji Skripsi Program S1 Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Nama : FIRMAN ARIFIN

NIM : 141110001260

Program studi : MANAJEMEN

Disetujui Oleh Pembimbing



(Dr. H. SAMSUL ARIFIN, S.E., M.M.)

NIY.1 740719 99 134

Tanggal.....27-02-2020

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH USIA, PROMOSI, *SHOPPING EMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA DUTA MODE JEPARA

Nama Penyusun : FIRMAN ARIFIN
NIM : 141110001260
Program Studi : MANAJEMEN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Pada hari Jumat, tanggal 13 Maret 2020

Penguji I

(Nurul komaryatin S.E., M.Si)
NIY. 1 70101597 013

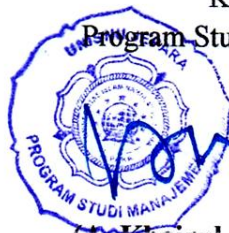
Penguji II

(H. Much Imron S.E., M.M.)
NIY. 1 65080297 011

Mengesahkan

Ketua

Program Studi Manajemen



(A. Khoirul Anam, SE., M.Si.)

NIY. 1 800421 06 041

MOTTO

Bila kamu tak tahan penatnya belajar, maka kamu akan menanggung
perihnya kebodohan.

(Imam Syafi'i)

Jangan salahkan dirimu atas segala kekuranganmu, jadikan setiap hari
pembelajaran untuk perubahan jalan kedepanmu.

(Penulis)

Tuhan tidak menuntut kita untuk sukses,
Tuhan hanya menyuruh kita berjuang tanpa henti

(Emha Ainun Nadjib)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan dan kerjasama dari berbagai pihak, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Sa'dullah Assa'idi, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
2. Bapak H. Much Imron, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
3. Bapak A. Khoirul Anam, S.E, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
4. Bapak H. Samsul Arifin, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan segenap waktu dan pemikiran, bimbingan, serta nasehat yang sangat bermanfaat untuk selesainya skripsi ini.
5. Ibu saya yang telah memberikan doa dan semangat dengan sepenuh hati untuk saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Istri saya Faridatul Jannah dan anak saya Abizar Daniswara yang selalu ada di sisi saya untuk menjadi penyemangat saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Adik saya Fatimatuz Zahro dan Sahal Anwar yang telah banyak membantu saya.
8. Zuyyina Zuhaida, dan Azis Albar, H. Mabur, dan Afrizal Humam yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada saya.
9. Almamater saya UNISNU Jepara

Saya selaku penulis menerima kritik dan saran demi kesempurnaan penelitian skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jepara, 2 Maret 2020



Firman Arifin

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya dengan sungguh hati menyatakan penelitian skripsi yang saya lakukan guna untuk memperoleh gelar sarjana S-1 dari program study ekonomi dan bisnis universitas nahdlatul ulama jepara merupakan karya tulis saya dan belum pernah diajukan di universitas lain guna memperoleh gelar S-1.

Bagian-bagian tertentu yang saya cantumkan di penelitian skripsi saya, telah dituliskan sumbernya dengan jelas sesuai kaidah norma penulisan dan etika penulisan ilmiah.

Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Skripsi berjudul “pengaruh usia, promosi, *shopping emotion* terhadap *impulse buying* pada Duta Mode Jepara”
2. Saya mengakui bahwa hasil karya penulisan ilmiah yang saya susun berkat dukungan dan bimbingan dari pembimbing saya yaitu bapak Dr.H.SAMSUL ARIFIN,SE.,M.M

Jika dilain hari ditemukan adanya palagiat dalam penulisan karya ilmiah yang saya susun, saya bersedia menerima PENCABUTAN GELAR AKADEMIK yang saya sandang.

Jepara, 2 Maret 2020



Firman Arifin

NIM : 141110001260

ABSTRAK

Pembelian impulsif (*impulse buying*) merupakan perilaku pembelian secara spontan, tanpa pertimbangan konsekuensi dimasa depan. Tujuan penelitian ini yaitu menguji variabel usia, promosi dan *shopping emotion* terhadap *impulse buying* di Duta Mode Jepara. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis regresi berganda. Populasinya yaitu masyarakat umum yang sedang melakukan pembelian di Duta Mode Jepara secara *Impulse Buying*, dengan sampel yang diambil 96 responden.

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner. Dan analisis data yang digunakan yaitu SPSS for windows relase 24.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Adjusted R Square 0,349 berarti 34,9 % faktor yang mempengaruhi *Impulse buying* dapat dijelaskan oleh faktor Usia, Promosi, *Shopping emotion*. Sedangkan 65,1 % dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Sedangkan hasil penelitian secara parsial yaitu usia dan *shopping emotion* tidak berpengaruh terhadap *impulse buying* di Duta Mode Jepara, sedangkan variabel promosi mempunyai pengaruh terhadap pembelian secara *impulse buying* di Duta Mode Jepara.

Kata Kunci: *Impulse Buying*, Usia, Promosi, *Shopping Emotion*, Duta Mode

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat, dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Usia, Promosi, dan *Shopping Emotion* Terhadap *Impulse Buying* pada Duta Mode Jepara” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya penulis dapat melaluinya berkat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Sa'dullah Assa'idi, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
2. Bapak H. Much Imron, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
3. Bapak A. Khoirul Anam, S.E, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
4. Bapak H. Samsul Arifin, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan segenap waktu dan pemikiran, bimbingan, serta nasehat yang sangat bermanfaat untuk selesainya skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menjalankan study di UNISNU Jepara. Ibu saya yang telah memberikan doa dan semangat dengan sepenuh hati untuk saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Istri saya Faridatul Jannah dan anak saya Abizar Daniswara yang selalu ada di sisi saya untuk menjadi penyemangat saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Adik saya Fatimatuz Zahro dan Sahal Anwar yang telah banyak membantu saya.
8. Zuyyina Zuhaida, Umam, Ika Nasrika dan H. Mabur yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada saya.
9. Staff dan karyawan yang bertugas di UNISNU Jepara yang telah membantu dalam melancarkan terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
10. Semua teman-teman yang telah membantu dan mendukung terselesainya skripsi ini.
11. Serta seluruh pihak yang membantu penulis dalam menyusun penelitian skripsi ini.

Demikian kata pengantar ini dibuat, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan penyusunan dalam penulisan penelitian skripsi ini, maka kritik dan saran pembaca sangat diharapkan untuk menyempurnakan penelitian ini. Penelitian ini diharapkan memberi wawasan dan manfaat terhadap penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alikum Wr. Wb.

Jepara, 2 Maret 2020.

Penulis



Firman Arifin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	11
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Batasan Masalah.....	12
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Pemasaran.....	14
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.3 Pengertian Pembelian Impulsif (Impulse Buying).....	19
2.1.4 Usia.....	15
2.1.5 Promosi.....	16
2.1.6 <i>Shopping Emotion</i>	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Perbedaan Penelitian.....	26

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	27
2.5 Perumusan Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Variabel penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	30
3.2 Jenis dan Sumber Data	32
3.2.1 Jenis Penelitian	32
3.2.2 Sumber Data	32
3.3 Populasi, Jumlah Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.3.1 Populasi.....	34
3.3.2 Jumlah Sampel.....	34
3.3.3 Tehnik Pengambilan Sampel	35
3.4 Metode Pengumpulan Data	35
3.4.1 Studi Lapangan/ Survey	36
3.4.2 Studi Pustaka	36
3.5 Metode Pengolahan Data.....	36
3.5.1 Pengukuran Data.....	37
3.6 Metode Analisis Data	36
3.6.1 Statistik Deskriptif	38
3.6.2 Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	39
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.6.4 Uji Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Objek Penelitian	46
4.2 Deskripsi Responden	47
4.3 Deskripsi Variabel	48
4.4 Analisis Data.....	52
4.5 Uji Normalitas	54
4.6 Uji Hipotesis	55
BAB V KESIMPULAN	67
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Gerai Alfamart, Indomaret, Alfamidi Jan- Jun 2018 ...	2
Tabel 1.2 Daftar Penjualan Alfamart Senenan Tahun 2018	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 2.2 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	34
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 4.1 Deskripsi Responden	58
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Usia (X_1)	60
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi (X_2)	61
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Shopping</i> (X_3)	62
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y)	63
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif	64
Tabel 4.7 Tabel Validitas Usia (X_1)	65
Tabel 4.8 Tabel Validitas Promosi (X_2)	66
Tabel 4.9 Tabel Validitas <i>Shopping Emotion</i> (X_3)	66
Tabel 4.10 Tabel Validitas <i>Impulse Buying</i> (Y)	67
Tabel 4.11 Tabel Realibilitas	68
Tabel 4.12 Tabel Hasil Uji Multikolinieritas	72
Tabel 4.13 Tabel Hasil Uji Autokorelasi	73
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan	76
Tabel 4.16 Tabel Hasil Uji Parsial (Uji T)	77
Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	35
Gambar 3.1 Uji F	55
Gambar 3.2 Uji T	56
Gambar 4.1 Grafik Histogram (Hasil Uji Normalitas)	69
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (<i>Normal Probability Port</i>)	70
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas (Uji Kolmogrov-Smirnov)	71
Gambar 4.4 Grafik Hasil Uji Heterokedastisitas	73
Gambar 4.5 Uji Simultan (Uji F).....	77
Gambar 4.6 Daerah Penerimaan Uji Hipotesis 1	78
Gambar 4.7 Daerah Penerimaan Uji Hipotesis 2	79
Gambar 4.8 Daerah Penerimaan Uji Hipotesis 3	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER PENELITIAN

Lampiran 2 HASIL KUESIONER X1(Usia)

Lampiran 3 Hasil Kuesioner X2 (Promosi)

Lampiran 4 Hasil Kuesioner X3 (Usia)

Lampiran 5 Data

Lampiran 6 Deskripsi Responden

Lampiran 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Usia

Lampiran 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi

Lampiran 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Shopping Emotion*

Lampiran 10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Shopping Emotion*

Lampiran 11 Statistik Deskriptif

Lampiran 12 Tabel Validitas Usia (X_1)

Lampiran 13 Tabel Validitas Promosi (X_2)

Lampiran 14 Tabel Validitas *Shopping Emotion* (X_3)

Lampiran 15 Tabel Validitas *Impulse Buying* (Y)

Lampiran 16 Tabel Realibilitas

Lampiran 17 Grafik Histogram (Hasil Uji Normalitas)

Lampiran 18 Hasil Uji Normalitas (*Normal Probability Port*)

Lampiran 19 Hasil Uji Normalitas (Uji Kolmogrov-Smirnov)

Lampiran 20 Tabel Hasil Uji Multikolinieritas

Lampiran 21 Grafik Hasil Uji Heterokedastisitas

Lampiran 22 Tabel Hasil Uji Autokorelasi

Lampiran 23 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 24 Hasil Uji Simultan

Lampiran 25 Tabel Hasil Uji Parsial (Uji T)

Lampiran 26 Tabel t

Lampiran 28 Tabel F