

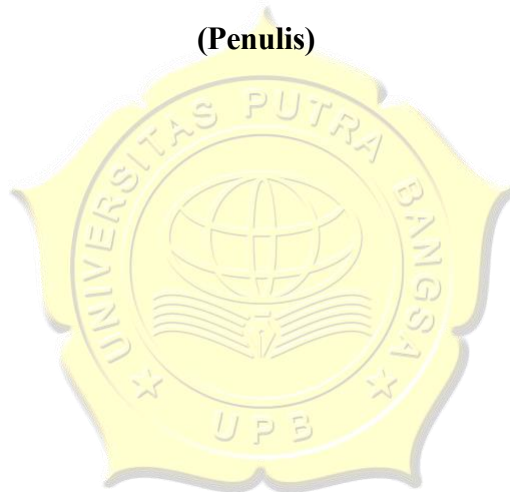
## **HALAMAN MOTTO**

“Jangan takut jatuh,karena yang tidak pernah memanjatlah yang tidak pernah jatuh. jangan takut gagal, karena yang tidak pernah gagal hanyalah orang-orang yang tidak pernah melangkah.Jangan takut salah, karena dengan kesalahan yang pertama kita dapat menambah pengetahuan untuk mencari jalan yang benar pada langkah yang kedua”

**(BUYA HAMKA)**

Jatuh tujuh kali, bangkit delapan kali,Jadikan setiap langkah berarti, Ilmu padi, semakin berisi semakin merunduk.

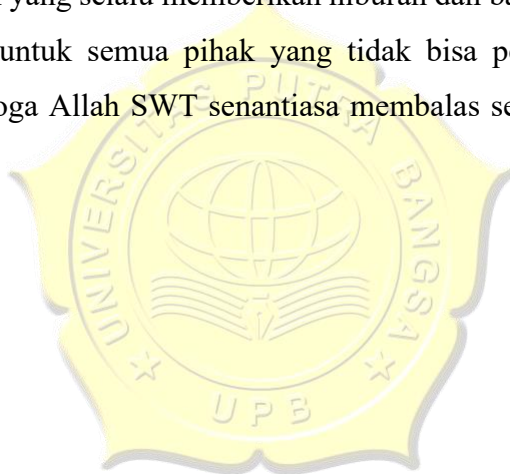
**(Penulis)**



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, skripsi ini dipersembahkan oleh penulis sebagai tanda terimakasih yang mendalam kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan dan pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Kedua orang tua saya, yang tak henti-hentinya mendukung saya baik moril maupun materil serta mendoakan dan memberikan kasih sayangnya serta pengorbaannya selama ini.
3. Bapak Dr Sulis Riptiono S.E., M.M yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan telah membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman-teman yang selalu memberikan hiburan dan bantuanya.
5. Terimakasih untuk semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT senantiasa membalas setiap kebaikan kalian semua.

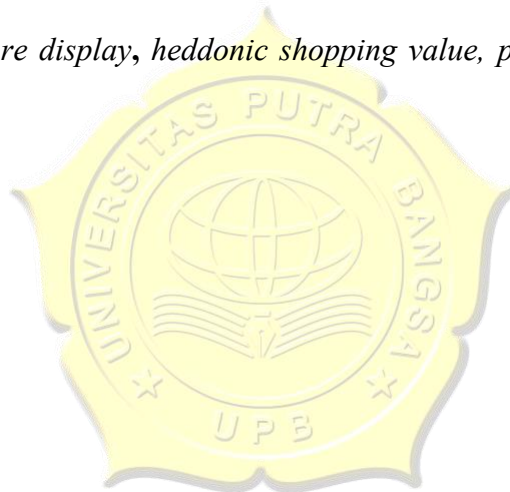


## ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *In-Store Display* dan *Heddonic Shopping Value* terhadap *Impulse Buying* dengan *Positive Emotion* sebagai variabel intervening pada *customer* Family Enam Kebumen. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yang dilakukan kepada 100 responden dengan kriteria yang sudah ditentukan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur dengan menggunakan program SPSS IBM 25 dan perhitungan Uji Sobel untuk melihat adanya mediasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *in-store display* berpengaruh terhadap *positive emotion*, *heddonic shopping value* berpengaruh terhadap *positive emotion*, *in-store display* berpengaruh terhadap *impulse buying*, *heddonic shopping value* berpengaruh *impulse buying*, *positive emotion* mampu memediasi hubungan *in-store display* dengan *impulse buying*, *positive emotion* mampu memediasi hubungan *heddonic shopping value* terhadap *impulse buying*.

**Kata Kunci :** *in-store display*, *heddonic shopping value*, *positive emotion*, dan *impulse buying*.



## ABSTRACT

*The purpose of this study is to analyze the influence of In-Store Display and Hedonic Shopping Value on Impulse Buying with Positive Emotion as an intervening variable among customers of Family Enam Kebumen. This research uses a quantitative approach with a purposive sampling method on 100 respondents. Data analysis was conducted using path analysis with SPSS IBM 25 and Sobel test calculations for mediation. The results showed that In-Store Display and Hedonic Shopping Value influence Positive Emotion and Impulse Buying. Furthermore, Positive Emotion mediates the relationship between In-Store Display and Hedonic Shopping Value with Impulse Buying.*

**Keywords :** *in-store display, hedonic shopping value, positive emotion, dan impulse buying*



## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *In-Store Display* Dan *Hedonic Shopping Value* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Dengan *Positive Emotion* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada *Customer Family* Enam Kebumen)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata-1 di program studi S1 Manajemen di Universitas Putra Bangsa. Penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari berbagai macam pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M selaku rektor Universitas Putra Bangsa.
2. Bapak Dr. Sulis Riptiono S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberi arahan, saran, dan bantuan dalam terselesaikannya skripsi ini.
3. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu saya selama perkuliahan.
4. Kedua orang tua tercinta yang terus mendoakan dan memberikan dukungan dalam bentuk apapun.
5. Terima kasih kepada teman seperjuangan yang telah berjuang bersama-sama hingga saat ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang baik kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Wassalamu'alaikum wr. wb.



## DAFTAR ISI

|                                            |      |
|--------------------------------------------|------|
| HALAMAN SAMPUL DEPAN.....                  | i    |
| HALAMAN JUDUL .....                        | i    |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                   | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....             | iv   |
| HALAMAN BEBAS PLAGIARISME .....            | v    |
| HALAMAN MOTTO .....                        | vi   |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                  | vii  |
| ABSTRAKSI .....                            | viii |
| ABSTRACT .....                             | ix   |
| KATA PENGANTAR .....                       | x    |
| DAFTAR ISI.....                            | xii  |
| DAFTAR TABEL.....                          | xv   |
| DAFTAR GAMBAR.....                         | xvi  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                      | xvii |
| BAB I.....                                 | 1    |
| PENDAHULUAN .....                          | 1    |
| 1.1. Latar Belakang Masalah .....          | 1    |
| 1.2. Rumusan Masalah.....                  | 14   |
| 1.3. Batasan Masalah .....                 | 15   |
| 1.4. Tujuan Penelitian .....               | 17   |
| 1.5. Manfaat Penelitian .....              | 18   |
| BAB II .....                               | 20   |
| KAJIAN PUSTAKA.....                        | 20   |
| 2.1. Tinjauan Teori .....                  | 20   |
| 2.1.1. <i>Impulse Buying</i> .....         | 20   |
| 2.1.2. <i>Positive Emotion</i> .....       | 24   |
| 2.1.3. <i>In-Store Display</i> .....       | 26   |
| 2.1.4. <i>Hedonic Shopping Value</i> ..... | 28   |

|                               |                                            |     |
|-------------------------------|--------------------------------------------|-----|
| 2.2.                          | Penelitian Terdahulu .....                 | 30  |
| 2.3.                          | Hubungan Antar Variabel .....              | 41  |
| 2.4.                          | Model Empiris .....                        | 48  |
| 2.5.                          | Hipotesis .....                            | 49  |
| BAB III .....                 |                                            | 50  |
| METODE PENELITIAN.....        |                                            | 50  |
| 3.1.                          | Objek dan Subjek Penelitian.....           | 50  |
| 3.2.                          | Variabel Penelitian.....                   | 51  |
| 3.3.                          | Definisi Operasional Variabel.....         | 52  |
| 3.4.                          | Instrumen atau Alat Pengumpulan Data ..... | 55  |
| 3.5.                          | Data dan Teknik Pengumpulan Data .....     | 58  |
| 3.6.                          | Populasi dan Sampel.....                   | 60  |
| 3.7.                          | Teknik Analisis .....                      | 62  |
| 3.8.                          | Alat Analisis Data .....                   | 63  |
| BAB IV .....                  |                                            | 75  |
| ANALISIS DAN PEMBAHASAN ..... |                                            | 75  |
| 4.1.                          | Gambaran Umum Perusahaan.....              | 75  |
| 4.2.                          | Analisis Deskriptif .....                  | 77  |
| 4.1.                          | Analisis Statistik .....                   | 80  |
| 4.2.                          | Pembahasan .....                           | 106 |
| BAB V .....                   |                                            | 115 |
| SIMPULAN.....                 |                                            | 115 |
| 5.1.                          | Simpulan .....                             | 115 |
| 5.2.                          | Keterbatasan.....                          | 116 |
| 5.3.                          | Implikasi .....                            | 117 |
| 5.3.1                         | Implikasi Praktis .....                    | 117 |

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| 5.3.2 Implikasi Teoritis ..... | 120 |
| DAFTAR PUSTAKA .....           | 128 |
| LAMPIRAN .....                 | 133 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                              |     |
|------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel I - 1 Observasi Mengenai Pengunjung Ritel Menarik di Kebumen.....      | 4   |
| Tabel I - 2 Data Observasi Faktor yang mempengaruhi Pembelian Impulsif.....  | 9   |
| Tabel II – 1 Penelitian Terdahulu .....                                      | 39  |
| Tabel III – 1 Distribusi Variabel <i>Impulse Buying</i> .....                | 52  |
| Tabel III – 2 Distribusi Variabel <i>Positive Emotion</i> .....              | 53  |
| Tabel III – 3 Distribusi Variabel <i>In-Store Display</i> .....              | 54  |
| Tabel III – 4 Distribusi Variabel <i>Hedonic Shopping Value</i> .....        | 55  |
| Tabel IV- 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                        | 77  |
| Tabel IV- 2 Responden Berdasarkan Usia.....                                  | 78  |
| Tabel IV- 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                            | 79  |
| Tabel IV- 4 Responden Berdasarkan Penghasilan.....                           | 79  |
| Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>In-Store Display</i> .....       | 81  |
| Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Hedonic Shopping Value</i> ..... | 82  |
| Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Positive Emotion</i> .....       | 82  |
| Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Impulse Buying</i> .....         | 83  |
| Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas .....                                     | 84  |
| Tabel IV- 10 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov Substruktural I.....               | 86  |
| Tabel IV- 11 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov Substruktural II.....              | 87  |
| Tabel IV- 12 Hasil Uji Multikolinieritas Substruktural I.....                | 88  |
| Tabel IV- 13 Hasil Uji Multikolinieritas Substruktural II .....              | 88  |
| Tabel IV- 14 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural I.....                  | 91  |
| Tabel IV- 15 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural II .....                | 92  |
| Tabel IV- 16 Hasil Pengaruh Variabel.....                                    | 94  |
| Tabel IV- 17 Hasil Koefisien Determinasi Substruktural I .....               | 95  |
| Tabel IV- 18 Hasil Koefisien Determinasi Substruktural II .....              | 95  |
| Tabel IV- 19 Hasil Analisis Korelasi.....                                    | 97  |
| Tabel IV- 20 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural I.....                  | 98  |
| Tabel IV- 21 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural II.....                 | 100 |
| Tabel IV- 22 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung.....                          | 105 |
| Tabel IV- 23 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung.....                          | 106 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                    |     |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar I - 1 Indeks Penjualan ritel Indonesia November 2023 – September 2024 ..... | 3   |
| Gambar II – 1 Model Empiris.....                                                   | 48  |
| Gambar IV - 1 Hasil Uji Normalitas Substruktural 1 .....                           | 85  |
| Gambar IV - 2 Hasil Uji Normalitas Substruktural II .....                          | 85  |
| Gambar IV - 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural I.....                   | 89  |
| Gambar IV - 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural II.....                  | 90  |
| Gambar IV - 5 Diagram Jalur .....                                                  | 104 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                         |     |
|-----------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....    | 133 |
| Lampiran 2 Tabulasi Data Responden..... | 141 |
| Lampiran 3 Hasil Uji Validitas .....    | 148 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas ..... | 150 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik..... | 150 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis .....    | 155 |
| Lampiran 7 Hasil Analisis Korelasi..... | 156 |
| Lampiran 8 Hasil Uji Sobel .....        | 157 |
| Lampiran 9 Distribusi t tabel .....     | 158 |
| Lampiran 10 Distribusi r tabel .....    | 161 |
| Lampiran 11 Kartu Seminar .....         | 164 |
| Lampiran 12 Kartu Bimbingan.....        | 165 |

