

ANALISIS PENGARUH *ISLAMIC STORE ATMOSPHERE*, *SALES PROMOTION*, DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN *SHOPPING EMOTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi pada Konsumen Pand's Muslim *Department Store* Semarang)

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat S1

Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

Nur Azizah

30401511839

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG**

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi

ANALISIS PENGARUH *ISLAMIC STORE ATMOSPHERE*, *SALES PROMOTION*, DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN *SHOPPING EMOTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi pada Konsumen *Pand's Muslim Department Store* Semarang)

Disusun Oleh :

Nur Azizah

30401511839

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan ke hadapan sidang panitia ujian penelitian

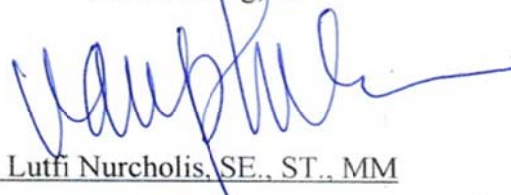
Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 18 April 2019

Pembimbing,



Dr. Lutfi Nurcholis, SE., ST., MM

NIK. 210416055

ANALISIS PENGARUH *ISLAMIC STORE ATMOSPHERE*, *SALES PROMOTION*, DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN *SHOPPING EMOTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi pada Konsumen *Pand's Muslim Department Store* Semarang)

Disusun Oleh :

Nur Azizah

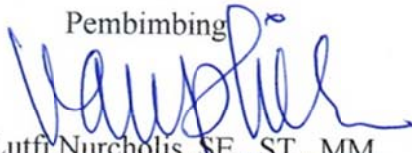
NIM : 30401511839

Telah dipertahankan didepan penguji

Pada tanggal 26 April 2019

Susunan Dewan Penguji

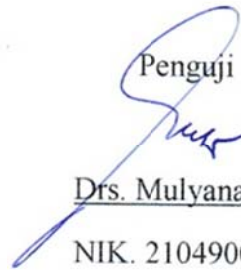
Pembimbing



Dr. Lutfi Nurcholis, SE., ST., MM

NIK. 210416055

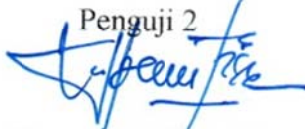
Penguji 1



Drs. Mulyana, MSi

NIK. 210490020

Penguji 2



Zaenudin, SE., MM

NIK. 210492031

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen Tanggal 26 April 2019



Ketua Program Studi Manajemen

Dr. H. Ardian Adhiatma, SE., MM

NIK. 210499042

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tantangan dibawah ini :

Nama : Nur Azizah

NIM : 30401511839

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

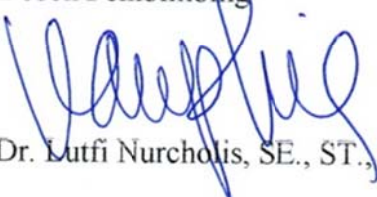
Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul : **ANALISIS PENGARUH ISLAMIC STORE ATMOSPHERE, SALES PROMOTION, DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN SHOPPING EMOTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING** dan diajukan untuk diuji pada tanggal 26 April 2019, adalah karya saya.

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam tulisan ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat dari penulis lain, yang saya akui seolah olah tulisan saya sendiri, kecuali bagian yang bersumber informasinya yang dicantumkan sebagaimana mestinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas baik dengan sengaja maupun tidak, saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima saksi dari pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Semarang, 14 Mei 2019

Dosen Pembimbing


Dr. Lutfi Nurcholis, SE., ST., MM

Yang memberi pernyataan,


Nur Azizah

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Azizah

NIM : 30401511839

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Alamat Asal : Margorejo RT 01 RW 03 Wedarijaksa Pati

No.Hp/Email : 085741428617 / nurazizah27@std.unissula.ac.id

Dengan ini menyatakan karya ilmiah berupa skripsi ini dengan judul :

ANALISIS PENGARUH ISLAMIC STORE ATMOSPHERE, SALES PROMOTION, DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN SHOPPING EMOTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Dan menyetujui menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan hak bebas royalti non-eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dipublikasikan di internet, dan media lain untuk kepentingan akademisi selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh sungguh. Apabila dkemudian hari terbukti ada pelanggaran hak cipta atau plagiatisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 14 Mei 2019



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Man Shabara Zhafira”

Artinya : Siapa yang bersabar akan berhasil

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan mengucap syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT kupersembahkan karyaku kepada orang yang selalu mendukungku dan memotivasi setiap langkahku menyelesaikan skripsiku ini.

Terlebih untuk Bapak tercinta Ali Musyafa’ dan Ibu tercinta Siti Handayani, motivator terbesar dalam hidupku yang selalu setia mendoakanku dan menjagaku sampai kini. Tak lupa teruntuk adikku tercinta Tiara Atik Rosyidah serta sahabatku yang aku sayangi.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan dan menganalisis pengaruh *Islamic store atmosphere*, *sales promotion*, *price discount*, *shopping emotion* terhadap *impulse buying*. Populasi yang digunakan adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Pand's Muslim Department Store Semarang. Teknik pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang berbelanja di Pand's Muslim Department Store. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Islamic store atmosphere*, *sales promotion*, dan *price discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *shopping emotion*. *Islamic store atmosphere*, *sales promotion*, *price discount*, dan *shopping emotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. *Shopping Emotion* merupakan variabel intervening antara *Islamic store atmosphere* terhadap *impulse buying*. *Shopping Emotion* merupakan variabel intervening antara *sales promotion* terhadap *impulse buying*. *Shopping Emotion* merupakan variabel intervening antara *price discount* terhadap *impulse buying*.

Kata kunci : *Islamic Store Atmosphere*, *Sales Promotion*, *Price Discount*, *Shopping Emotion*, dan *Impulse Buying*.

ABSTRACT

The purpose of this study is to describe and analyze the influence of Islamic store atmosphere, sales promotion, price discount, shopping emotion on impulse buying. The population used is consumers who have made purchases at Pand's Muslim Department Store Semarang. The sample selection technique uses purposive sampling. The samples used in this study were 100 respondents who shop at Pand's Muslim Department Store. The analysis technique in this study is validity test, reliability test, classic assumption test, and hypothesis testing using SPSS 22. The results of this study indicate that Islamic store atmosphere, sales promotion, and price discount have a positive and significant effect on shopping emotion. Islamic store atmosphere, sales promotion, price discount, and shopping emotion have a positive and significant effect on impulse buying. Shopping Emotion is an intervening variable between Islamic store atmosphere and impulse buying. Shopping Emotion is an intervening variable between sales promotion to impulse buying. Shopping Emotion is an intervening variable between price discount on impulse buying.

Keyword: *Islamic Store Atmosphere, Sales Promotion, Price Discount, Shopping Emotion, dan Impulse Buying.*

INTISARI

Penelitian ini membahas tentang analisis pengaruh *Islamic store atmosphere*, *sales promotion*, dan *price discount* terhadap *impulse buying* dengan *shopping emotion* sebagai variabel intervening. *Islamic store atmosphere* merupakan suasana toko yang mengadopsi budaya, tradisi dan nilai-nilai Islam, yang bisa menarik minat konsumen, diantaranya seperti memutar musik yang Islami, tilawah Al-qur'an, penampilan karyawan yang sederhana dan dekorasi yang mencerminkan Islam. *Sales promotion* merupakan program promosi yang dilakukan dalam rangka untuk mendorong dan meningkatkan penjualan dalam tujuan untuk mempertahankan minat beli konsumen untuk terus berbelanja ditempatnya. *Price discount* merupakan strategi dalam bentuk promosi penjualan yang berbasis dalam harga dimana para pelanggan kembali ditawarkan sebuah produk yang sama namun memiliki harga yang lebih murah dari harga sebelumnya. *Shopping emotion* merupakan emosi seseorang atau perasaan seseorang yang tidak dapat dikontrol namun memiliki pengaruh yang besar terhadap pembelian. *Impulse buying* merupakan proses terjadinya pembelian suatu yang barang yang mana pembeli tidak memiliki niatan untuk membeli sebelumnya atau dapat dikatakan sebagai pembelian seketika. Berdasarkan pada kajian pustaka yang mendalam dan kritis maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “peran *Islamic store atmosphere*, *sales promotion*, *price discount*, dan *shopping emotion* mempengaruhi *impulse buying*” kemudian pertanyaan penelitian yang muncul adalah (a) Bagaimana pengaruh antara *Islamic store atmosphere sales promotion* dan *price discount* terhadap *shopping emotion* (b)

Bagaimana pengaruh antara *Islamic store atmosphere sales promotion price discount* dan *shopping emotion* terhadap *impulse buying*. Populasi yang digunakan adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di *Pand's Muslim Department Store Semarang*. Teknik pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang berbelanja di *Pand's Muslim Department Store*. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Islamic store atmosphere, sales promotion, dan price discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *shopping emotion*. *Islamic store atmosphere, sales promotion, price discount, dan shopping emotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan penelitian skripsi yang berjudul *ANALISIS PENGARUH ISLAMIC STORE ATMOSPHERE, SALES PROMOTION, DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN SHOPPING EMOTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. (Studi pada Konsumen *Pand's Muslim Department Store Semarang*). Penelitian Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Dalam penyelesaian penelitian ini penulis tidak bekerja sendiri dan tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan pengarahan dari berbagai pihak yang mendukung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya atas bantuan yang diberikan kepada :

1. Bapak Dr. Lutfi Nurcholis, SE., ST., MM selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, mengarahkan, mengampu, dan memberikan motivasi, saran – saran kepada penulis sehingga penelitian skripsi ini dapat tersusun.
2. Ibu Prof. Olivia Fachrunnisa, PhD selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
3. Kedua orang tua, Bapak Ali Musyafa' dan Ibu Siti Handayani yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi kepada penulis agar selalu semangat dan pantang menyerah dalam menyusun penelitian skripsi ini.

4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada penulis.
 5. Adik tercinta penulis Tiara Atik Rosyidah yang selalu memberikan motivasi, semangat, dan masukannya kepada penulis.
 6. Teman dan sahabat terdekat Nisauz Zakiyyah, Mahbub Muhamad, Nailil Muna, Nur Anisah, Nur Hidayah, Nur Shikhatul Ulya, Novitasari, Amalia Septiana Della Wiradinata, Nurul Naharun Syamsiyah, Endah Yuniarti Tri Pamungkas, Diah Puspita yang telah banyak memberikan bantuan baik dalam bentuk semangat, doa, maupun saran kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan proposal ini.
 7. Seluruh teman – teman manajemen angkatan tahun 2015 Unissula, terima kasih atas doa, motivasi, dan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini.
 8. Kepada seluruh pihak dan teman – teman penulis lainnya yang tidak disebutkan namanya satu – persatu, semoga Allah selalu memberikan ridho dan rahmat kepada kita semua atas kebaikan yang telah kita lakukan.
- Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, baik dalam materi maupun tata cara penulisannya.
- Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan penelitian skripsi ini di masa yang akan

datang. Semoga penelitian skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat baik bagi penulis maupun para pembaca pada umumnya.

Semarang, April 2019

Penulis,

Nur Azizah