



Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Sebelumnya saya mengucapkan maaf apabila kegiatan yang saya lakukan mengganggu aktivitas yang sedang saudara/i lakukan.

Saya mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo sedang mengerjakan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Positive Emotion, Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* terhadap *Impulse Buying (Survey* pada konsumen produk pakaian di Matahari *Department Store* Madiun)”. Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan, saya meminta kesediaan dari saudara/i meluangkan waktu untuk menjawab pertanyaan pertanyaan berikut ini.

Keberhasilan saya dalam melakukan penelitian ini tidak lepas dari partisipasi saudara/i. Jawaban yang saudara/i akan saya jamin kerahasiaannya, karena semata mata hanya untuk kepentingan akademik. Atas kesediaan dan bantuannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Saya

Delya Charollyana Putri

KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Nama :
2. Usia :th
3. Jenis Kelamin : a. Laki – laki b. Perempuan
4. Pendidikan terakhir : a. SMP c. Diploma
b. SMA d. S1
e. Lainnya
5. Pekerjaan anda saat ini :
 - a. Pelajar/Mahasiswa d. Wiraswasta
 - b. Swasta e. Lainnya....
 - c. PNS
6. Selama 3 bulan terakhir berapa kali anda berkunjung ke Matahari
Department Store Madiun

Petunjuk Pengisian :

1. Jawablah masing – masing pertanyaan dibawah ini sesuai dengan keadaan/perasaan diri saudara/i mengenai “Pengaruh *Positive Emotion, Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* terhadap *Impulse Buying* (Survey pada konsumen produk pakaian di Matahari *Department Store* Madiun)”.
 2. Pilihlah salah satu jawaban dari 1 – 5 dengan memberikan tanda *checklist* (√) pada salah satu jawaban yang tersedia sesuai keadaan/perasaan diri saudara/i.
 3. Keterangan jawaban sebagai berikut :
SS : Sangat Setuju
S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

1. (X1) *Positive Emotion* (Emosi Positive)

Tanggapan Responden Mengenai *Positive Emotion* di Matahari
Department Store Madiun

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa nyaman ketika berbelanja.					
2	Saya merasa puas ketika berbelanja.					
3	Saya merasakan perasaan yang senang saat berbelanja.					
4	Saya merasa ingin datang kembali ketika berbelanja.					

2. (X2) *Shopping Lifestyle*

Tanggapan Responden Mengenai *Shopping Lifestyle* di Matahari
Department Store Madiun

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya menggunakan waktu luang untuk berbelanja di Matahari <i>Departmen Store Madiun</i> .					
2	Saya merasa antusias untuk berbelanja di Matahari <i>Department Store Madiun</i> setelah melihat iklan produk <i>fashion</i> .					

3	Saya merasa gembira ketika sedang berbelanja produk fashion di Matahari <i>Department Store</i> Madiun.					
---	---	--	--	--	--	--

3. (X3) *Fashion Involvement*

Tanggapan Responden Mengenai *Fashion Involvement* di Matahari *Department Store* Madiun

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mempunyai model pakaian terbaru lebih dari satu dari Matahari <i>Department Store</i> Madiun.					
2	<i>Fashion</i> dari Matahari <i>Department Store</i> adalah hal penting yang mendukung penampilan saya.					
3	Saya lebih menyukai model pakaian yang berbeda dengan orang lain dari Matahari <i>Department Store</i> .					
4	Saya cenderung memakai pakaian dari Matahari <i>Department Store</i> .					
5	Saya dapat mengetahui model pakaian yang digunakan seseorang dari Matahari <i>Department Store</i> .					

6	Saya merasa percaya diri ketika memakai pakaian dari Matahari <i>Department Store</i> yang sedang <i>trend</i> .					
7	Saya cenderung mencoba produk <i>fashion</i> di Matahari <i>Department Store</i> sebelum membelinya.					
8	Saya lebih update terhadap <i>trend fashion</i> di Matahari <i>Department Store</i> dari pada orang lain.					

4. (Y) *Impulse Buying*

Tanggapan Responden Mengenai *Impulse Buying* di Matahari *Department Store* Madiun

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saat di Matahari <i>Department Store</i> Madiun saya membeli barang secara spontan.					
2	Saat di Matahari <i>Department Store</i> Madiun saya membeli tanpa berfikir terlebih dahulu manfaat produk tersebut.					
3	Saat di Matahari <i>Department Store</i> Madiun saya membeli pakaian model terbaru walaupun mungkin kurang sesuai dengan saya.					

4	<p>Saat di Matahari <i>Department Store</i> Madiun saya merasa bahagia membeli barang dengan spontan.</p>					
---	---	--	--	--	--	--



Lampiran 2 Tabulasi Data

No	Positive Emotion (X1)				Total X1	Shopping Lifestyle (X2)			Total (X2)	Fashion Involvement (X3)								Total (X3)	Impulse Buying (Y)				Total Y
Respon den	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4		X2. 1	X2. 2	X2.3		X. 1	X. 2	X. 3	X. 4	X. 5	X. 6	X. 7	X. 8		Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	
1	3	4	1	3	11	4	5	4	13	3	4	3	5	4	3	4	4	30	2	4	5	3	14
2	3	4	5	2	14	5	4	4	13	3	3	3	4	4	4	4	4	29	4	4	4	5	17
3	4	4	4	4	16	4	3	4	11	3	5	3	4	4	3	4	4	30	3	4	3	4	14
4	4	3	5	3	15	3	5	4	12	3	3	3	5	4	4	4	4	30	3	5	4	3	15
5	4	4	5	3	16	5	4	5	14	4	4	4	4	4	5	4	3	32	4	4	5	4	17
6	4	4	4	4	16	4	4	5	13	4	4	3	4	3	4	4	4	30	4	4	4	4	16
7	4	3	4	2	13	2	4	4	10	3	3	4	3	4	3	4	3	27	3	3	4	4	14
8	3	4	4	4	15	3	4	5	12	4	3	3	4	5	3	4	3	29	4	4	4	4	16
9	5	2	5	4	16	2	5	5	12	4	2	5	4	4	4	4	5	32	1	4	5	1	11
10	4	2	5	3	14	3	3	4	10	3	3	3	3	4	4	3	3	26	2	3	4	2	11
11	3	4	4	4	15	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	3	4	31	4	4	4	4	16
12	4	4	4	5	17	4	4	4	12	5	4	4	5	4	4	4	4	34	4	4	5	4	17
13	4	3	3	3	13	3	4	4	11	2	3	3	4	3	4	4	3	26	2	4	4	3	13
14	3	4	5	5	17	3	5	4	12	4	4	3	5	3	4	3	3	29	5	4	5	4	18
15	4	2	5	2	13	3	5	5	13	3	2	3	5	5	4	5	5	32	2	4	3	2	11
16	4	3	5	4	16	3	5	4	12	3	3	5	5	4	4	4	3	31	3	5	5	3	16
17	4	3	1	2	10	4	4	4	12	2	3	3	4	4	2	4	3	25	3	3	3	2	11
18	4	3	4	3	14	4	4	4	12	5	3	4	4	4	4	3	3	30	4	4	4	4	16
19	4	5	4	2	15	4	5	4	13	4	3	4	5	4	3	4	4	31	4	4	4	4	16
20	4	2	4	2	12	3	4	5	12	4	3	3	3	3	3	4	3	26	2	3	3	2	10
21	4	4	4	4	16	4	4	5	13	4	4	4	4	4	4	3	3	30	4	4	4	4	16
22	3	4	4	2	13	5	5	5	15	4	5	4	4	4	2	3	3	29	2	4	4	2	12

23	5	4	4	2	15	3	5	5	13	3	2	4	5	4	5	3	3	29	2	5	4	2	13
24	3	2	4	2	11	3	5	5	13	4	2	3	4	3	4	3	3	26	2	3	4	2	11
25	2	4	5	3	14	4	5	4	13	5	3	3	5	5	5	4	4	34	5	5	4	5	19
26	3	4	4	3	14	4	5	4	13	5	4	3	4	4	4	2	3	29	5	5	4	5	19
27	4	5	5	5	19	5	5	4	14	5	5	3	5	5	5	3	3	34	5	5	5	5	20
28	3	3	4	4	14	4	4	4	12	3	4	4	4	4	4	4	4	31	3	4	4	3	14
29	4	5	5	5	19	5	5	5	15	5	5	4	4	4	4	3	4	33	5	5	5	5	20
30	3	4	3	3	13	4	4	5	13	3	3	5	4	4	4	4	3	30	4	4	4	3	15
31	2	5	5	4	16	4	4	3	11	4	3	2	5	4	5	2	3	28	3	4	4	3	14
32	4	4	4	4	16	4	4	5	13	4	4	3	4	4	4	3	3	29	4	4	4	4	16
33	3	3	3	2	11	3	4	4	11	2	3	3	4	4	4	3	3	26	2	3	3	2	10
34	5	4	3	2	14	4	4	5	13	4	4	4	4	4	4	4	4	32	2	4	4	2	12
35	3	1	3	3	10	2	5	4	11	2	2	3	5	3	3	3	3	24	1	4	3	1	9
36	4	3	4	3	14	3	4	4	11	3	2	3	4	3	4	4	4	27	4	4	4	3	15
37	4	3	3	3	13	3	5	4	12	4	3	4	5	4	4	4	4	32	3	5	4	3	15
38	4	4	2	1	11	2	5	4	11	4	4	3	5	1	3	4	3	27	3	4	3	2	12
39	4	5	4	4	17	4	4	5	13	3	3	3	5	5	4	4	4	31	5	5	5	4	19
40	2	3	5	2	12	4	4	4	12	3	2	2	4	4	3	3	3	24	2	3	4	2	11
41	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	3	4	3	3	29	4	4	4	4	16
42	3	4	4	4	15	4	4	4	12	4	4	4	4	4	3	4	3	30	3	4	4	3	14
43	5	3	4	2	14	2	4	4	10	3	3	5	4	4	4	4	3	30	3	4	4	3	14
44	4	3	4	5	16	3	4	5	12	4	4	3	4	4	3	4	3	29	2	4	4	3	13
45	5	4	5	3	17	4	5	5	14	3	4	4	4	4	4	4	4	31	3	5	5	3	16
46	4	3	3	3	13	3	4	3	10	2	3	4	4	3	3	4	3	26	2	4	4	2	12
47	4	2	3	3	12	3	4	5	12	1	3	5	4	4	2	5	4	28	1	4	4	1	10
48	4	3	3	3	13	3	4	4	11	3	3	4	3	3	3	4	4	27	3	3	3	3	12
49	3	4	5	3	15	3	4	4	11	3	4	3	3	4	3	3	3	26	3	3	4	3	13

50	4	4	3	4	15	3	4	5	12	4	4	5	4	4	4	4	4	33	3	4	4	4	15
51	3	3	3	2	11	3	4	4	11	3	3	3	5	3	3	4	3	27	2	4	4	2	12
52	4	3	4	3	14	3	4	5	12	3	3	4	4	4	5	3	3	29	2	4	4	2	12
53	4	2	2	2	10	4	4	4	12	4	2	3	4	4	4	3	3	27	2	4	4	2	12
54	4	3	5	4	16	3	5	5	13	3	4	3	5	4	3	4	3	29	3	5	5	3	16
55	5	2	5	3	15	4	5	4	13	3	3	5	4	5	5	3	3	31	2	4	4	4	14
56	4	2	4	2	12	3	4	5	12	2	3	3	3	3	3	3	3	23	2	3	3	2	10
57	4	3	4	4	15	3	5	4	12	4	4	4	5	3	3	3	3	29	3	5	4	4	16
58	4	4	3	3	14	3	4	5	12	4	3	3	4	4	2	3	4	27	3	4	4	4	15
59	4	4	2	1	11	4	4	4	12	3	3	4	5	3	3	3	3	27	3	4	3	3	13
60	2	3	3	3	11	2	4	4	10	3	3	3	4	3	4	2	3	25	2	4	3	2	11
61	4	4	5	4	17	4	5	4	13	3	4	4	4	4	4	3	4	30	3	5	4	4	16
62	3	4	4	4	15	4	4	5	13	4	4	3	4	4	4	2	2	27	4	4	4	4	16
63	3	4	5	3	15	3	5	4	12	3	3	3	5	5	4	3	3	29	3	4	5	2	14
64	4	3	4	2	13	3	4	4	11	3	2	3	4	4	4	3	4	27	2	4	4	3	13
65	4	4	4	4	16	3	4	5	12	3	4	3	4	3	3	3	3	26	3	4	4	3	14
66	3	3	4	3	13	3	4	5	12	3	3	3	4	3	3	2	2	23	3	4	4	3	14
67	5	4	4	4	17	4	5	3	12	4	4	3	5	4	4	3	3	30	4	5	4	4	17
68	4	3	4	2	13	2	3	5	10	3	3	3	4	3	4	4	4	28	2	3	3	2	10
69	4	4	5	4	17	3	5	4	12	4	4	4	5	4	2	5	5	33	2	5	4	3	14
70	4	3	5	2	14	2	4	4	10	3	3	4	3	5	3	3	3	27	3	3	5	3	14
71	3	4	5	4	16	4	5	4	13	4	4	3	4	4	4	4	3	30	3	4	4	4	15
72	4	4	4	2	14	2	4	5	11	3	3	4	4	3	3	4	4	28	2	4	3	4	13
73	3	2	4	2	11	4	4	4	12	4	3	4	4	2	4	5	3	29	3	3	4	2	12
74	4	3	4	3	14	3	4	4	11	4	2	3	4	3	4	4	3	27	4	4	3	5	16
75	5	2	3	4	14	3	4	5	12	3	3	5	4	4	4	4	5	32	2	3	3	2	10
76	4	2	4	3	13	3	5	4	12	3	2	3	5	3	3	3	3	25	2	4	2	3	11

77	4	3	4	2	13	3	4	4	11	3	3	5	3	3	3	5	4	29	2	3	3	2	10
78	4	3	3	3	13	3	5	5	13	3	4	4	5	4	2	5	5	32	4	5	4	4	17
79	4	4	2	4	14	4	5	4	13	2	4	3	5	3	3	5	5	30	3	4	4	4	15
80	3	3	3	3	12	3	3	5	11	3	4	3	3	3	3	4	3	26	3	3	3	4	13
81	4	4	5	3	16	3	5	4	12	3	3	3	5	4	4	3	3	28	2	5	3	3	13
82	2	2	5	2	11	4	3	4	11	2	2	2	4	3	5	2	2	22	1	3	4	1	9
83	4	2	5	3	14	4	4	4	12	3	3	5	5	4	5	4	3	32	2	5	4	4	15
84	3	3	2	3	11	4	3	3	10	3	3	3	4	4	2	3	3	25	2	4	4	4	14
85	4	3	3	4	14	2	4	4	10	2	3	3	3	3	4	3	3	24	4	3	3	3	13
86	4	2	5	3	14	4	5	4	13	3	4	3	5	4	4	2	2	27	2	5	3	3	13
87	3	3	4	3	13	5	4	5	14	2	4	3	4	4	3	3	3	26	3	4	5	4	16
88	4	3	3	2	12	2	3	5	10	2	3	3	3	3	3	2	2	21	3	3	3	2	11
89	4	3	4	2	13	3	3	5	11	3	3	3	3	4	4	3	3	26	3	4	2	3	12
90	5	4	3	3	15	4	3	4	11	4	3	5	3	3	4	4	5	31	4	3	3	4	14
91	3	3	4	3	13	2	5	3	10	3	4	3	5	3	3	3	3	27	3	5	3	4	15
92	4	4	4	4	16	4	4	5	13	3	3	4	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	16
93	4	2	3	3	12	3	5	4	12	3	4	5	4	4	3	4	4	31	2	3	4	2	11
94	4	1	4	3	12	3	5	3	11	3	3	4	4	3	3	4	4	28	2	3	3	3	11
95	4	2	1	4	11	3	5	4	12	3	3	3	5	4	3	4	4	29	3	4	4	2	13
96	4	2	3	3	12	3	5	4	12	3	5	3	4	4	4	4	4	31	3	4	4	4	15
97	4	4	4	3	15	5	5	4	14	3	3	3	4	4	5	2	2	26	3	4	3	5	15
98	3	4	5	3	15	3	5	5	13	1	4	3	5	4	3	4	4	28	2	4	5	3	14
99	4	3	4	3	14	3	5	4	12	2	4	3	4	3	3	4	4	27	2	3	4	3	12
100	5	3	4	4	16	4	5	5	14	3	4	4	4	3	3	4	4	29	3	4	4	4	15

Lampiran 3 Uji Instrumen

Validitas

Positive emotion

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
X1.1	Pearson Correlation	1	-.085	-.078	.052	.300**
	Sig. (2-tailed)		.399	.441	.608	.002
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	-.085	1	.135	.299**	.616**
	Sig. (2-tailed)	.399		.180	.003	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	-.078	.135	1	.210*	.616**
	Sig. (2-tailed)	.441	.180		.036	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.052	.299**	.210*	1	.706**
	Sig. (2-tailed)	.608	.003	.036		.000
	N	100	100	100	100	100
Total X1	Pearson Correlation	.300**	.616**	.616**	.706**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Shopping Lifestyle

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Total X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.039	-.002	.713**
	Sig. (2-tailed)		.702	.984	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.039	1	-.127	.515**
	Sig. (2-tailed)	.702		.208	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	-.002	-.127	1	.437**
	Sig. (2-tailed)	.984	.208		.000
	N	100	100	100	100
Total X2	Pearson Correlation	.713**	.515**	.437**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Fashion Involvement

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Total X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.246*	.094	.121	.156	.279**	-.077	.040	.534**
	Sig. (2-tailed)		.014	.350	.232	.121	.005	.445	.691	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.246*	1	.066	.060	.077	-.147	.053	.076	.398**
	Sig. (2-tailed)	.014		.516	.553	.447	.145	.603	.451	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.094	.066	1	-.109	.097	.025	.393**	.344**	.528**
	Sig. (2-tailed)	.350	.516		.279	.338	.807	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.121	.060	-.109	1	.146	.086	.093	.124	.379**
	Sig. (2-tailed)	.232	.553	.279		.148	.393	.359	.218	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.156	.077	.097	.146	1	.224*	-.032	.125	.465**
	Sig. (2-tailed)	.121	.447	.338	.148		.025	.749	.217	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.279**	-.147	.025	.086	.224*	1	-.275**	-.159	.290**
	Sig. (2-tailed)	.005	.145	.807	.393	.025		.006	.113	.003
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	-.077	.053	.393**	.093	-.032	-.275**	1	.679**	.494**
	Sig. (2-tailed)	.445	.603	.000	.359	.749	.006		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	.040	.076	.344**	.124	.125	-.159	.679**	1	.596**
	Sig. (2-tailed)	.691	.451	.000	.218	.217	.113	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total X3	Pearson Correlation	.534**	.398**	.528**	.379**	.465**	.290**	.494**	.596**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

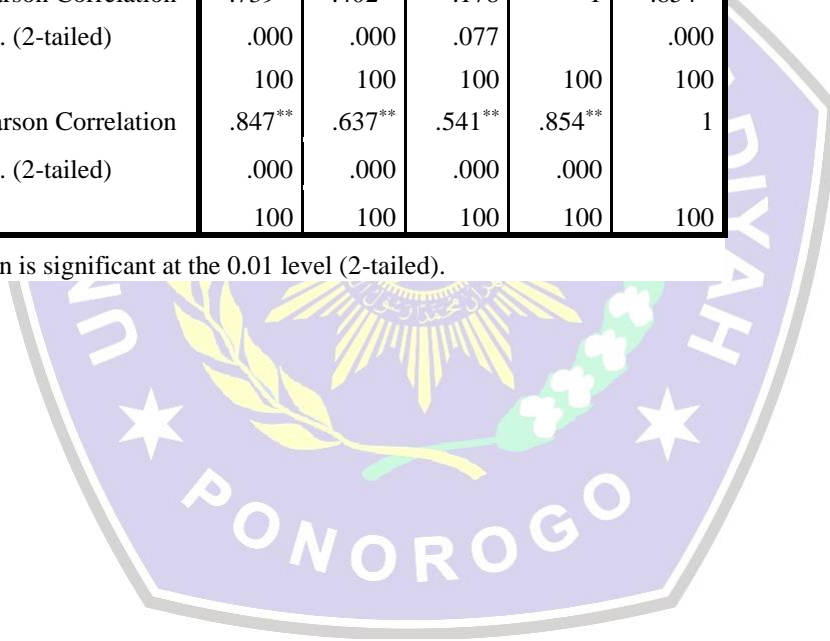
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Impulse Buying

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.296**	.269**	.739**	.847**
	Sig. (2-tailed)		.003	.007	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.296**	1	.328**	.402**	.637**
	Sig. (2-tailed)	.003		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.269**	.328**	1	.178	.541**
	Sig. (2-tailed)	.007	.001		.077	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.739**	.402**	.178	1	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.077		.000
	N	100	100	100	100	100
Total Y	Pearson Correlation	.847**	.637**	.541**	.854**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Reliabilitas

Positive Emotion

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.698	5

Shopping Lifestyle

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.652	4

Fashion Involvement

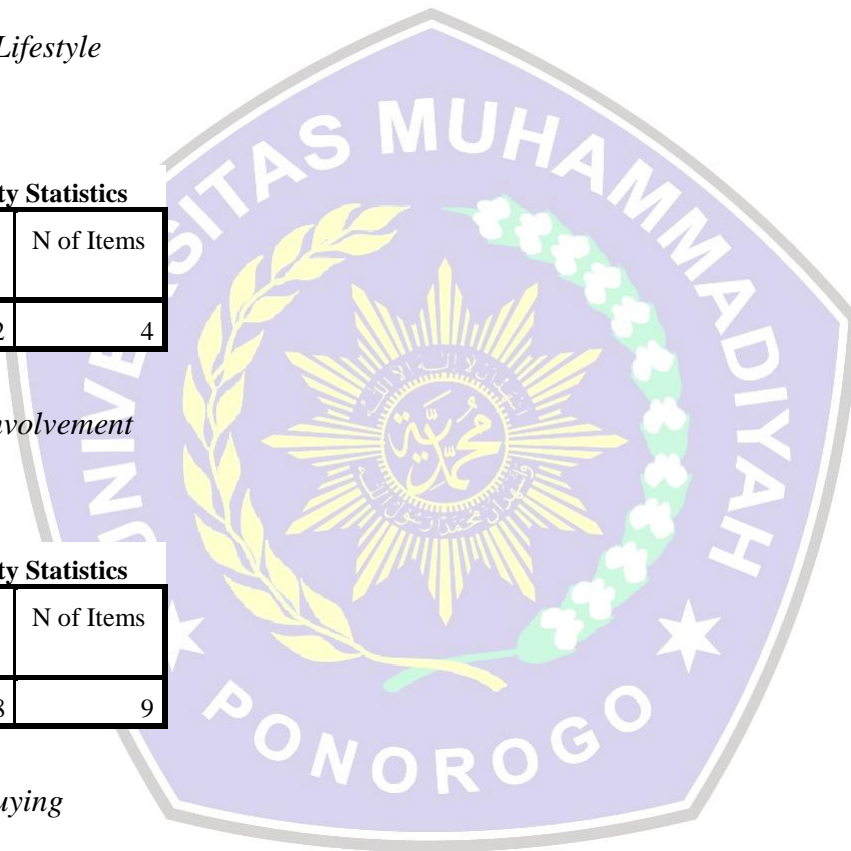
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.678	9

Impulse Buying

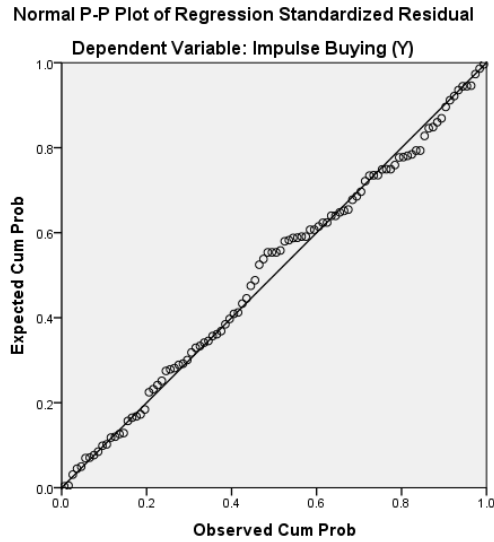
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.791	5



Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.7068118
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.053
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.190 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

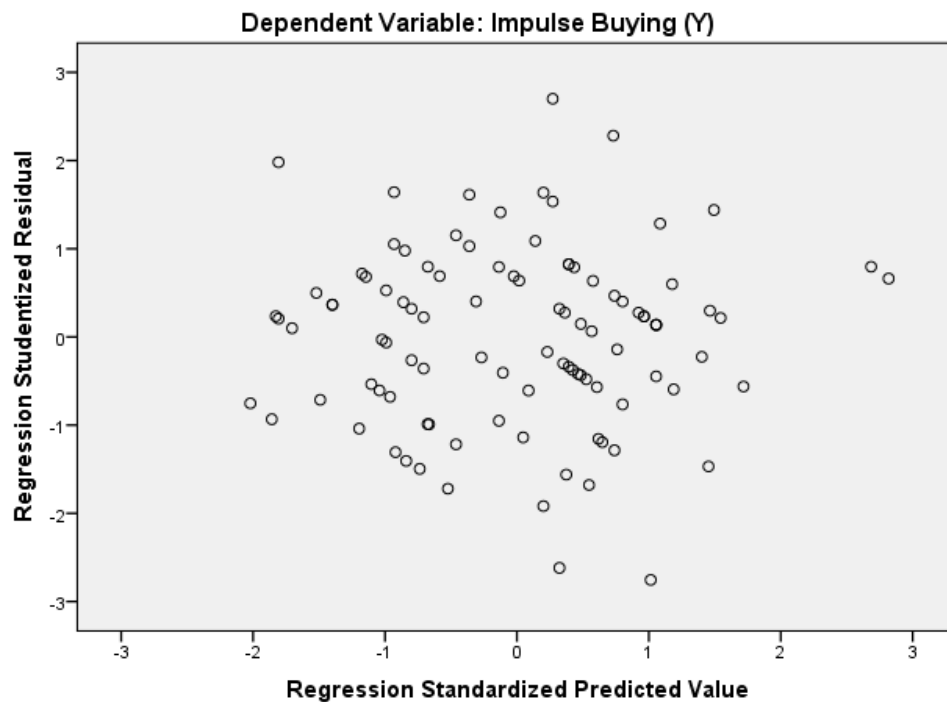
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-4.263	2.142		-1.990	.049		
1 Positive Emotion (X1)	.618	.108	.498	5.730	.000	.658	1.520
Shopping Lifestyle (X2)	.401	.177	.185	2.265	.026	.743	1.347
Fashion Involvement(X3)	.164	.082	.180	1.999	.048	.615	1.627

a. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)



Uji Heterokedastisitas

Scatterplot



Lampiran 5 Analisis Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi, Uji T, Uji F

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	-4.263	2.142		-1.990	.049
1 Positive Emotion (X1)	.618	.108	.498	5.730	.000
Shopping Lifestyle (X2)	.401	.177	.185	2.265	.026
Fashion Involvement(X3)	.164	.082	.180	1.999	.048

a. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.523	.508	1.73328

a. Predictors: (Constant), Fashion Involvement(X3), Shopping Lifestyle (X2), Positive Emotion (X1)

b. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)

Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-4.263	2.142		-1.990	.049
Positive Emotion (X1)	.618	.108	.498	5.730	.000
Shopping Lifestyle (X2)	.401	.177	.185	2.265	.026
Fashion Involvement(X3)	.164	.082	.180	1.999	.048

a. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	316.153	3	105.384	35.078	.000 ^b
Residual	288.407	96	3.004		
Total	604.560	99			

a. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)

b. Predictors: (Constant), Fashion Involvement(X3), Shopping Lifestyle (X2), Positive Emotion (X1)

Lampiran 6 Tabel R, T, F

r Tabel

DISTRIBUSI NILAI rtabel SIGNIFIKANSI 5% dan 1%					
N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.32	0.413
4	0.95	0.99	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.38
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.33
18	0.468	0.59	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.22	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.23
27	0.381	0.487	150	0.159	0.21
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.47	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.08	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.43	800	0.07	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

t Tabel

Df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
z106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

F Tabel

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76



Lampiran 7 Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO FAKULTAS EKONOMI

Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia
Telp (0352) 481124, Fax (0352) 461796, e-mail : akademik@umpo.ac.id Website: www.umpo.ac.id
Akreditasi Institusi B oleh BAN-PT
(SK Nomor : 77/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/PT/IV/2020)

Nomor : ISCO /IV.4/PN/2021
Hal : Ijin Penelitian

Ponorogo, 9 Desember 2021

Kepada :

Yth. Kepala Manajer Matahari Department Store Madiun
Jl. Pahlawan No. 38-40, Pangongangan, Kec. Manguharjo,
Kota Madiun, Jawa Timur 63151

Assalaamualaikum wr. wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SLAMET SANTOSO, SE, M.Si
NIK : 19701016 199904 12
Jabatan : Wakil Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Menerangkan bahwa mahasiswa :

Nama : Delya Charollyana Putri
NIM : 17414578
Semester : IX
Jurusan : Manajemen
No. HP : 082210154139
Lokasi/Objek : Universitas Muhammadiyah Ponorogo
Lama Penelitian : 3 bulan
Bidang : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *Positive Emotion, Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* terhadap *Impulse Buying (Survey)* pada konsumen produk pakaian di Matahari *Department Store* Madiun)

Adalah benar-benar mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Dalam hal ini mohon diberi kesempatan untuk mengadakan penelitian pada Instansi/Perusahaan yang Bapak/Ibu Pimpinan melaksanakan tugas skripsi.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih.

Wassalaamualaikum wr. wb.

Wakil Dekan,


SLAMET SANTOSO, SE, M.Si
NIK. 19701016 199904 12

Lampiran 8 Berita Acara



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI

Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia
 Telp (0352) 481124, Fax (0352) 461796, e-mail akademik@umpo.ac.id Website www.umpo.ac.id
 Akreditasi Institusi B oleh BAN-PT
 (SK Nomor : 77/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/PT/IV/2020)

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : DELYA CHAROLLYANA PUTRI
2. NIM : 17414578
3. Jurusan : MANAJEMEN
4. Bidang : PEMASARAN
5. Alamat : Rt 01/Rw 02 Ds. Kemiri Kec. Jenangan Kab. Ponorogo
6. Judul Skripsi : Pengaruh *Positive Emotion, Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* terhadap *Impulse Buying* (Survey pada konsumen produk pakaian di Matahari *Department Store* Madiun)
7. Masa Pembimbingan : September 2021 s/d Agustus 2022
8. Tanggal Mengajukan Skripsi : 29 November 2021
9. Konsultasi :

Tanggal Disetujui	BAB	Paraf Pembimbing
27 / 10 / 2021	Revisi Proposal - Latar Belakang - Kutipan	
08 / 11 / 2021	Revisi Proposal - Daftar Isi	
26 / 11 / 2021	Revisi Proposal - Kuesioner	
03 / 11 / 2021	ACC Proposal Proposal / Rjezen ACC	
18 - 12 - 2022	Revisi I, II, III	
06 - 01 - 2022	ACC Bab I, II, III	
14 - 01 - 2022	Revisi Bab IV, V	
17-01-2022	ACC Bab IV, V	

