

**PENGARUH STORE ENVIRONMENT DAN PSYCHOLOGICAL
PRICING TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN SHOPPING
EMOTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Survey Pada Pelanggan Indomaret Jl. Mayjend Sungkono Magetan)



Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Dita Wahyu Cahyaningtiyas

NIM : 18414792

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Store Environment* dan *Psychological Pricing* terhadap *Impulse Buying* Dengan *Shopping Emotion* Sebagai Variabel Intervening (Survey Pada Pelanggan Indomaret Jl. Mayjend Sungkono Magetan)

Nama : Dita Wahyu Cahyaningtiyas

NIM : 18414792

Tempat,Tanggal Lahir : Magetan, 29 Juli 1998

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo,

Pembimbing I

Edi Santoso, SE., MM
NIDN. 0711037401

Pembimbing II

Dwi Warni Wahyuningsih, SE., MM
NIDN. 0710048902

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Pengaji :

Edi Santoso, SE., MM
NIDN. 0711037401

Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom.
NIDN. 0025057401

Naning Kristiyana SE.,MM
NIDN. 0721117501

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atau berkah, rahmat, hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Store Environment* Dan *Psychological Pricing* Terhadap *Impulse Buying* Dengan *Shopping Emotion* Sebagai Variabel Intervening (Survey Pada Pelanggan Indomaret Jl. Mayjend Sungkono Magetan)” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya dapat melalui berkat adanya bimbingan dan bantuan dari beberapa pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Dr. Hadi Sumarsono, SE., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Naning Kristyana, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Edi Santoso, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing 1 yang senantiasa memberikan arahan dalam menyusun skripsi.
5. Dwi Warni Wahyuningsih, SE., MM, selaku dosen pembimbing 2 yang senantiasa memberikan arahan dalam menyusun skripsi
6. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi, yang telah memberikan ilmu pendidikannya kepada penulis dalam menempuh pendidikan

7. Ibu dan Seluruh Anggota Keluarga penulis yang telah memberikan doa dan dukungan selama menempuh pendidikan dan proses menyusun skripsi
8. Seluruh rekan seperjuangan Angkatan 2018, khususnya manajemen E yang selalu kompak dan saling membantu

Dan seluruh pihak yang tidak sempat saya sebutkan satu per satu yang telah membantu memberikan dukungan dalam menyusun skripsi.

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan baik sengaja maupun tidak disengaja. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan guna untuk mendorong penelitian selanjutnya.



Magetan, 26 Juli 2022

PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 26 Juli 2022



Dita Wahyu Cahyaningtiyas

NIM 18414792

MOTTO

“Keadaan yang membuatmu kuat, tak melulu tentang kebahagiaan dan tawa, rasa
sakit dan kecewa juga dibutuhkan”



PERSEMPAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT, yang tak terhitung nikmat dan ridho-Nya senantiasa memberikan saya kekuatan dan jalan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu dan kakak saya tercinta, Ibu Sumarsih dan Kakak saya Raga Putra Aditama yang selalu memberikan doa dan dukungan yang luar biasa di segala kondisi bahkan saya sudah tidak mampu mengungkapkannya dengan kata-kata lagi, sehingga itulah yang membuat saya semangat dan bertekad untuk segera menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Diri sendiri, yang telah kuat dan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik setelah melalui berbagai rintangan.
4. Sahabat-sahabatku Devi Novita Sari, Regita Ikha Ardani, Ainun Kholbianti, Endah Novita, Agusttin Ria Afrianti, Anik Sulistyowati, dan Elsa Kurniawati yang selalu siap mendengar keluh kesah dan memberi semangat selama pengerjaan skripsi.
5. Rekan-rekan Manajemen E angkatan 2018 yang selalu memberikan support dukungan dan menjadi pembangkit mood ketika stres mengerjakan skripsi.
6. Seluruh pihak yang telah berperan membantu support dan dukungan dalam pengerjaan skripsi ini.

**Pengaruh *Store Environment* Dan *Psychological Pricing* Terhadap *Impulse Buying* Dengan *Shopping Emotion* Sebagai Variabel Intervening
(Survey Pada Pelanggan Indomaret Jl. Mayjend Sungkono Magetan)**

Dita Wahyu Cahyaningtiyas

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

RINGKASAN

Keberlangsungan suatu usaha tergantung pada keputusan pelanggan. hal tersebut mengharuskan pelaku usaha untuk mempelajari perilaku pelanggan Indonesia yang memiliki karakter unik sebagai pelanggan paling implusif se-Asia Pasifik, karena semakin impulsif pelanggan akan semakin besar peluang usaha untuk mendapatkan keuntungan dan pelanggan tetap. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Store Environment* dan *Psychological Pricing* terhadap *Impulse Buying* dengan *Shopping Emotion* sebagai Variabel Intervening. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Adapun metode pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan metode survey, yaitu dengan menyebarkan kuesioner pada pelanggan Indomaret Jl. Mayjend Sungkono Kelurahan Sukowinangun, Kabupaten Magetan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Indomaret Mayjend Sungkono Magetan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 80 sampel. Uji yang diunakan dalam pengolahan data adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear berganda, analisis koefisien determinasi, uji t, dan analisis jalur atau analysis path. Alat analisa pada penelitian ini menggunakan software SPSS 25. Hasil dalam penelitian ini menunjukan bahwa : 1). *Store Environment* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying*. 2). *Psychological Pricing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying*. 3). *Store Environment* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Shopping Emotion*. 4). *Psychological Pricing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Shopping Emotion*. 5). *Shopping Emotion* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying*. 6). *Store Environment* tidak berpengaruh terhadap *Impulse Buying* melalui *Shopping Emotion*. 7). *Psychological Pricing* tidak berpengaruh terhadap *Impulse Buying* melalui *Shopping Emotion*.

Kata Kunci: Store Environment, Psychological Pricing, Shopping Emotion, Impulse buying.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG	v
KODE ETIK PENELITIAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
RINGKASAN	viii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. Pemasaran	8
2. Perilaku Pelanggan.....	12
3. <i>Store Environment</i>	16
4. <i>Psychological Pricing</i>	19
5. <i>Shopping Emotion</i>	21
6. <i>Impulse Buying</i>	22
B. Penelitian Terdahulu.....	24
C. Kerangka Pemikiran	27
D. Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III	29
METODE PENELITIAN	29
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	29
B. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	29
1. Populasi	29
2. Sampel.....	29
C. Metode Pengambilan Data	30

D. Definisi Operasional Dan Indikator	30
1. Variabel Bebas (Independent).....	30
2. Variabel Intervening.....	32
3. Variabel Dependen.....	32
E. Uji Instrumen	33
1. Validitas	33
2. Reliabilitas.....	33
F. Teknik Analisis Data.....	33
1. Regresi Linear Berganda.....	33
2. Analisis Koefisien Determinasi.....	34
3. Uji Hipotesis.....	34
4. Metode Analisis Jalur (Path Analysis).....	35
BAB IV	37
HASIL DAN PEMBAHASAN	37
A. Hasil	37
1. Gambaran Umum	37
2. Deskripsi Data.....	39
3. Analisis Data	54
B. Pembahasan Hasil Analisa	67
BAB V	73
PENUTUP	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran	74
Daftar Pustaka.....	75
LAMPIRAN.....	79

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 3.1 Analisis Jalur	36
Gambar 4.1 Logo Indomaret	38
Gambar 4.2 Maskot Indomaret	38

Daftar Tabel

Tabel 4.1 Karakteristik Usia	40
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin	41
Tabel 4.3 Karakteristik Pekerjaan	42
Tabel 4.4 Karakteristik Intensitas	43
Tabel 4.5 Karakteristik Produk Yang Dibeli	44
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Store Environment</i>	46
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Psychological Pricing</i> ...	48
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Shopping Emotion</i>	50
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Impulse Buying</i>	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.12 Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi Model 1	58
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi Model 2	59
Tabel 4.15. hasil Uji T Model 1	60
Tabel 4.16 Hasil Uji T Model 2	61