

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI *SILENT SALESMAN*, *PSYCHOLOGICAL PRICING*,
STORE ENVIRONMENT BERPENGARUH PADA *IMPULSE BUYING*
DENGAN *POSITIVE EMOTION* SEBAGAI VARIABLE INTERVENING
(Studi Kasus Pada Konsumen MR.DIY Ponorogo City Center)**



NAMA : DIAH AYU RAHMAWATI
NIM : 17414356
PRODI : MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2021 / 2022

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI *SILENT SALESMAN*, *PSYCHOLOGICAL PRICING*,
STORE ENVIRONMENT BERPENGARUH PADA *IMPULSE BUYING*
DENGAN *POSITIVE EMOTION* SEBAGAI VARIABLE INTERVENING
(Studi Kasus Pada Konsumen MR. DIY Ponorogo City Center)**



Diajukan Sebagai Syarat Untuk
Diuji Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Diah Ayu Rahmawati
NIM : 17414356
Prodi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2021 / 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Implementasi *Silent Salesman*, *Psychological Pricing*, *Store Environment* Berpengaruh Pada *Impulse Buying* Dengan *Positive Emotion* Sebagai Variable Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen MR.DIY Ponorogo City Centre)

Nama : Diah Ayu Rahmawati

NIM : 17414356

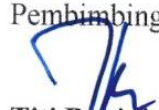
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 04 Agustus 1998

Prodi : Manajemen

Isi Dan Format Telah Disetujui Dan Dinyatakan Memenuhi Syarat
Untuk diujikan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 20 Januari 2022

Pembimbing I



Titi Rapini, SE., MM

NIDN. 0005056301

Pembimbing II



Wifianto, SE.,MM

NIDN. 0726048505

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si

NIP. 19760508 200501 1 002.

Dosen Penguji :



(Titi Rapini, SE.MM)

NIDN. 0005056301



(Nuning Kristiyana, SE.,MM)

NIDN. 0721117501



(Wahna Widhianingrum, SP.,MM)

NIDN. 0707118602

Implementasi *Silent Salesman, Psychological Pricing, Store Environment* Berpengaruh Terhadap *Impulse Buying* Dengan *Positive Emotion* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen MR.DIY Ponorogo City Center)

Diah Ayu Rahmawati

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

RINGKASAN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh implementasi *silent salesman, psychological pricing, store environment* terhadap *impulse buying* dengan *positive emotion* sebagai variabel intervening, populasi pada penelitian ini adalah konsumen MR.DIY Ponorogo City Center. Sampel penelitian berjumlah 96 dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah analisis jalur. Hasil penelitian menunjuk bahwa : (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Silent salesman* (X1) terhadap *impulse buying* (Y), (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *psychological pricing* (X2) terhadap *impulse buying* (Y), (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *store environment* (X3) terhadap *impulse buying* (Y), (4) *positive emotion* (Z) dapat memediasi antara variabel *silent salesman* (X1) terhadap *impulse buying* (Y), (5) *positive emotion* (Z) mampu memediasi variabel *psychological pricing* (X2) terhadap *impulse buying* (Y), (6) *positive emotion* (Z) mampu memediasi pengaruh variabel *store environment* (X3) terhadap *impulse buying* (Y), (7) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *positive emotion* (Z) terhadap *impulse buying* (Y).

Kata Kunci : *Silent Salesman, Psychological Pricing, Store Environment, Impulse Buying, Positive Emotion.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin segala puji hanya milik Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dicurahkan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai. Sholawat serta salam kita panjatkan kepada nabi Muhammad SAW. Yang telah memberikan rahmat taufik serta hidayahnya kepada kita semua.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih atas segala bantuan yang telah diberikan, bimbingan, dukungan sehingga skripsi ini dapat selesai.

Kepada :

1. Keluarga tercinta, khususnya kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa, bimbingan dan motivasi kepada penulis selama menempuh pendidikan sampai terselesaikannya skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Naning Kristiyana, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Ibu Titi Rapini, S.E.,M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang banyak meluangkan waktu serta tenaga dalam membimbing penulis dari awal hingga akhir penyusunan skripsi.
6. Bapak Wijianto, SE., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah banyak meluangkan waktu serta tenaga dengan memberikan masukan yang sangat

6. Bapak Wijianto, SE., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah banyak meluangkan waktu serta tenaga dengan memberikan masukan yang sangat berguna dalam membimbing penulis dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan banyak pelajaran, bimbingan dan ilmunya selama perkuliahan ini.

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian selanjutnya.

Ponorogo, 20 Januari 2022



Diah Ayu Rahmawati

NIM.17414356

PERNYATAAN TIDAK IMELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya 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 tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 20 Januari 2022



Diah Ayu Rahmawati
NIM. 17414356

MOTTO

“ Jangan membuatku nyaman dengan kebohongan, tapi buatlah aku nyaman dengan kejujuran”

-Diah Rahma

“ Dalam setiap diri kita memiliki sisi terang dan gelap. Yang terpenting adalah bagian mana yang kita pilih untuk diambil, itulah diri kita sebenarnya”

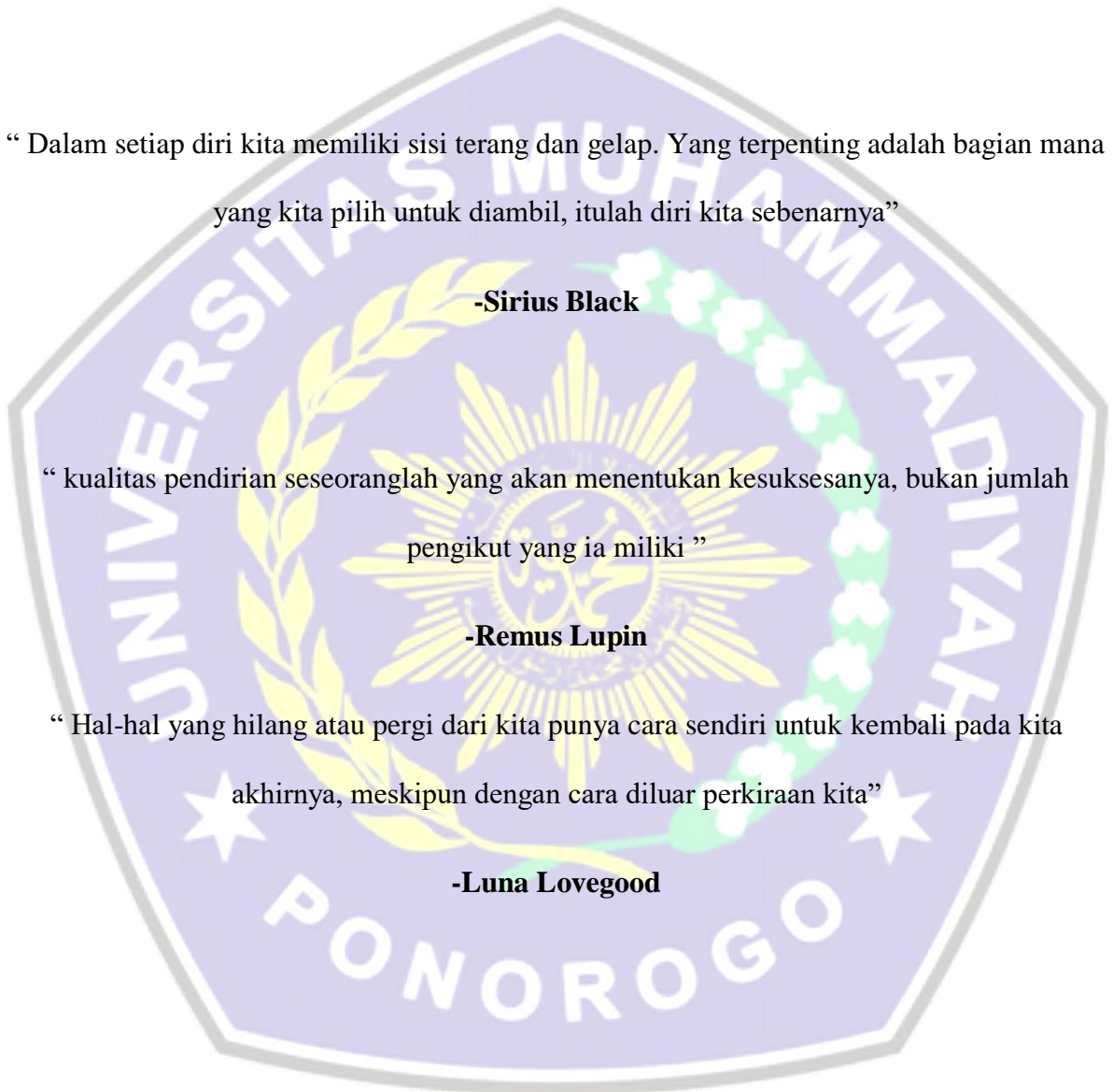
-Sirius Black

“ kualitas pendirian seseoranglah yang akan menentukan kesuksesannya, bukan jumlah pengikut yang ia miliki ”

-Remus Lupin

“ Hal-hal yang hilang atau pergi dari kita punya cara sendiri untuk kembali pada kita akhirnya, meskipun dengan cara diluar perkiraan kita”

-Luna Lovegood



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	1
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Tujuan Penelitian	6
1.4.2. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. Pengertian Pemasaran	9
2.1.2. Bauran Pemasaran	9
2.1.3. Bisnis Retail	10
2.1.4. Perilaku Konsumen	13
2.1.5. Silent Salesman	16
2.1.6. Psychological Pricing	17
2.1.7. Store Environment	19
2.1.8. Impulse Buying	20

2.1.9. Positive Emotion.....	23
2.2. Penelitian Terdahulu	25
2.3. Kerangka Konseptual.....	29
2.4. Hipotesis.....	30
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	35
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	35
3.2.1. Populasi.....	35
3.2.2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	35
3.3. Metode Pengambilan Data	37
3.3.1. Data Primer	37
3.3.2. Metode Wawancara (interview)	37
3.3.3. Metode angket (Kuesioner)	37
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	38
3.5. Metode Analisis Data.....	41
3.5.1. Uji Instrumen	41
3.5.2. Pengujian Hipotesis.....	42
3.5.3. Teknik Analisis Data.....	43
 BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	45
4.1.1. Profil MR.DIY Ponorogo City Center	45

4.1.2. Deskripsi identitas responden.....	45
4.1.3. Deskripsi Variabel Penelitian	50
4.1.4. Uji Instrumen	57
4.1.5. Analisis path (Path Analysis)	59
4.1.6. Hasil Pengujian Hipotesis.....	70
4.2. Pembahasan.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	79
5.2. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 2 Definisi Operasional Variabel	38
Tabel 3 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 6 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	49
Tabel 7 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Silent Salesman</i>	50
Tabel 8 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Psychological Pricing</i>	52
Tabel 9 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Store Environment</i>	53
Tabel 10 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Positive Emotion</i>	54
Tabel 11 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Impulse Buying</i>	56
Tabel 12 Hasil Pengujian Validitas.....	58
Tabel 13 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	59
Tabel 14 R Square Model Pertama	60
Tabel 15 Coefficients Model Pertama	60
Tabel 16 R Square Model Kedua.....	63
Tabel 17 Coefficients Model Kedua	63
Tabel 18 Ringkasan Struktural Model Pertama dan Kedua.....	67
Tabel 19 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Model Pertama	70
Tabel 20 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Model Kedua	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual.....	29
Gambar 2 Kerangka Model Pertama.....	62
Gambar 3 Kerangka Model Kedua	66
Gambar 4 Kerangka Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2. Data Tabulasi Kuesioner Penelitian	92
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	94
Lampiran 4. Hasil Uji Analisis Jalur.....	106
Lampiran 5. Daftar r Tabel	112
Lampiran 6. Daftar t Tabel.....	118
Lampiran 7. Berita Acara.....	122

