

**PERAN *DISCOUNT PRICE*, EMOSI POSITIF DAN FAKTOR
SITUASIONAL TERHADAP *IMPULSE BUYING* PRODUK *FASHION* DI
RAMAYANA *DEPARTEMENT STORE* BANYUWANGI**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



Oleh :

LAILIYAH PURNAMA WULANDARI

1610411203

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2020

PE
SKRIPSI

**PERAN *DISCOUNT PRICE*, EMOSI POSITIF DAN FAKTOR
SITUASIONAL TERHADAP IMPULSE BUYING PRODUK *FASHION* DI
RAMAYANA *DEPARTEMENT STORE* BANYUWANGI**

OLEH :

LAILIYAH PURNAMA WULANDARI

1610411203

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Nurul Qomariah, SE, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Yusron Rozzaid, SE, M.Si

PENGESAHAN

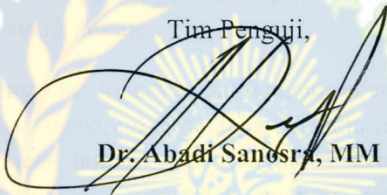
Skripsi berjudul; “*PERAN DISCOUNT PRICE, EMOSI POSITIF DAN FAKTOR SITUASIONAL TERHADAP IMPULSE BUYING PRODUK FASHION DI RAMAYANA DEPARTEMENT STORE BANYUWANGI*“ telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 02 Juli 2020


Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,


Dr. Abadi Sanosra, MM


NPK: 05 09 478

Anggota 1,


Dr. Nurul Qomariah, SE, MM,.

NPK: 06 03 426

Anggota 2,


Yusron Rozzaid, SE, M.Si.,

NPK: 11 13 577

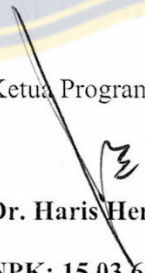
Mengesahkan,

Dekan,


Maheni Ika Sari, SE., MM.

NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi,


Dr. Haris Hermawan, SE, MM

NPK: 15 03 643

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lailiyah Purnama Wulandari

NIM : 1610411203

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **PERAN *DISCOUNT PRICE*, EMOSI POSITIF DAN FAKTOR SITUASIONAL TERHADAP *IMPULSE BUYING* PRODUK *FASHION* DI *RAMAYANA DEPARTEMENT STORE BANYUWANGI***; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada intitusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 02 Juli 2020

Yang menyatakan,

Lailiyah Purnama Wulandari

NIM. 161.0411.203



MOTTO

Tidak ada pemberian ibu bapak yang paling berharga s kepada anaknya dari pada akhlak mulia.

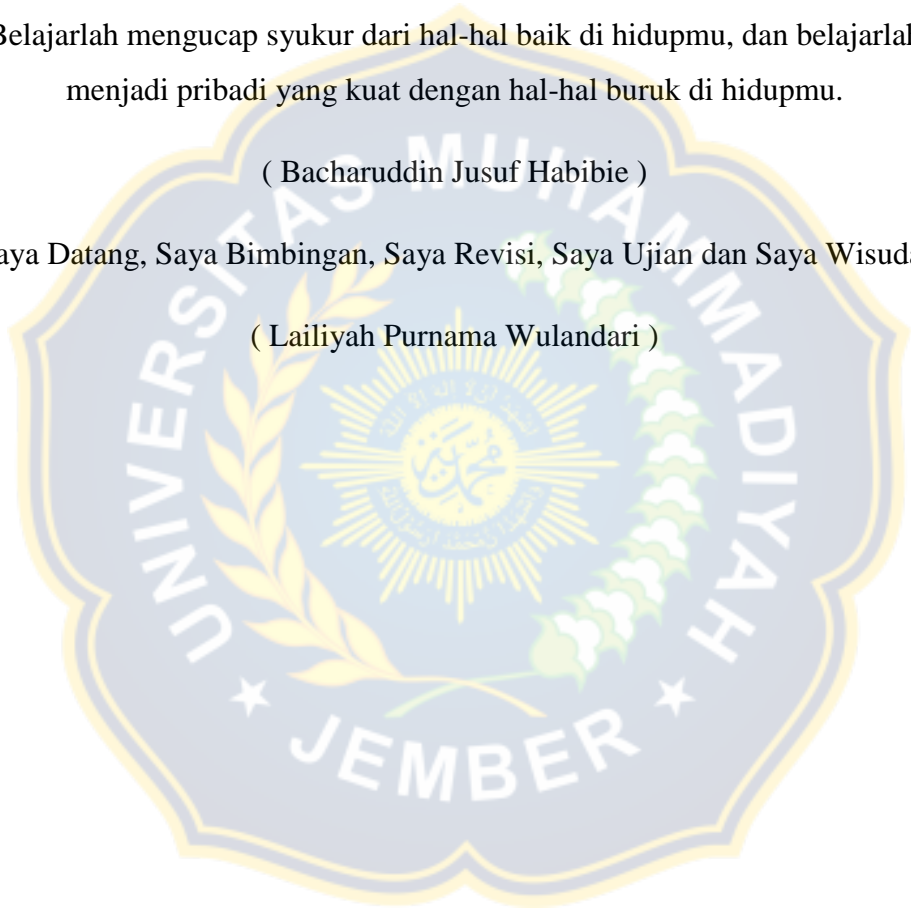
(HR. Bukhari)

Belajarliah mengucap syukur dari hal-hal baik di hidupmu, dan belajarliah menjadi pribadi yang kuat dengan hal-hal buruk di hidupmu.

(Bacharuddin Jusuf Habibie)

Saya Datang, Saya Bimbingan, Saya Revisi, Saya Ujian dan Saya Wisuda.

(Lailiyah Purnama Wulandari)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasihNya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan banyak- banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Terima kasih kepada kedua orang tua saya **Bapak Moh Masfid** dan **Ibu Handayana** yang telah setia menemani, memahami, membimbing, mensupport, menasehati dan yang selalu mendoakan saya setiap detik waktu yang mereka lalui disetiap hembus nafasnya.
3. Terima kasih kepada **Adek saya Hafid Salman Al Farisy** yang selalu mendoakan dan mensupport saya.
4. Terima kasih kepada saudara- saudara saya yang telah mensupport saya.
5. Terima kasih kepada **Ibu Dr. Nurul Qomariah, SE. MM.**, selaku dosen pembimbing satu yang telah membantu, membimbing dan mempermudah dalam penyusunan skripsi saya.
6. Terima kasih kepada **Bapak Yusron Rozzaid, SE, M.Si.**, selaku dosen pembimbing dua yang telah membantu, membimbing dan mempermudah dalam penyusunan skripsi saya.
7. Terima kasih kepada sahabat dan teman- teman seperjuang Fakultas ekonomi dan bisnis khususnya pada prodi Manajemen kelas F angkatan tahun 2016.
8. Terima kasih juga kepada kelompok KKN 16 Desa Sukoreno, Kecamatan Kalisat, Kabupaten Jember.
9. Terima kasih kepada almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Jember.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji peran *discount price*, emosi positif dan faktor situasional terhadap pembelian tidak direncanakan atau *impulse buying* pada ramayana *departement store* banyuwangi. Penelitian ini menggunakan penelitian *explanatory* dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah para konsumen yang pernah berbelanja dan yang sedang berbelanja di ramayana departemen store banyuwangi, Cara pengambilan sampel dilakukan dengan secara *purposive sampling*. Tehnik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui penyebaran kuesioner dan wawancara. Metode analisi yang digunakan ini yaitu analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *discount price* tidak berpengaruh terhadap *impulse buying*, variabel emosi positif berpengaruh terhadap *impulse buying* dan variabel faktor situasional tidak berpengaruh terhadap *impulse buying*.

Kata Kunci: *discount price*, emosi positif, faktor situasional dan *impulse buying*.

Abstract

This study was to analyze and test the role of discount price, positive emotions and factors situational against unplanned purchases or impulse buying at the Ramayana Department Store Banyuwang. This study uses explanatory research wiht a quantitative approach. The sample in this study are consumers who have shopped and who have shop at Ramayana Departement Store Banyuwangi, how to take samples is done with by purposive sampling. The data colection technique used is through distribution questionnaire and interview. The analytical method used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that variable discount price has on effect impulse buying, variable positive emotional have on effect impulse buying and variable factors situational has on effect impulse buying.

Keyword: discount price, positive emotions, situational factors and impulse buying

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Pengasih dan Penyayang atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “**Peran *Discount Price*, Emosi Positif Dan Faktor Situasional Terhadap *Impulse Buying* Produk *Fashion* Di *Ramayana Departement Store Banyuwangi***” Skripsi ini disusun guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Terselesainya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Jember **Dr. Hanafi, S.pd.**
2. Ibu **Maheni Ika Sari, S.E, MM.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak **Dr. Haris Hermawan, SE., MM.**, selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu **Dr. Nurul Qomariah, SE, MM.**, Bapak **Yusron Rozzaid, SE, M.Si** dan Bapak **Dr. Abadi Sanosra, MM.**, selaku dosen pembimbing dan penguji yang telah berkenan meluangkan waktu dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Jember
6. Bapak Mistari dan Bapak Puji selaku Store Manager dan staf pada *Ramayana Departement Store Banyuwangi* yang sudah membantu dan mengizinkan saya melakukan penelitian pada *Ramayana Departement Store Banyuwangi*.

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

Jember, 02 Juli 2020

Lailiyah Purnama Wulandari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Teori.....	7
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 <i>Discount Price</i>	9
2.1.3 Emosi Positif	11
2.1.4 Faktor Situasional.....	12
2.1.5 Perilaku Konsumen	13
2.1.6 Keputusan Pembelian <i>Impulse Buying</i>	14

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Konseptual	19
2.4 Hipotesis Penelitian.....	19
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Identifikasi Variabel.....	22
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	22
3.2.1 Variabel Bebas (Independen)	22
3.2.2 Variabel Terikat (Dependen).....	24
3.3 Desain Penelitian.....	25
3.4 Jenis Data	25
3.5 Teknik Pengambilan Populasi dan Sampel	26
3.5.1 Populasi.....	26
3.5.2 Sampel.....	27
3.6 Teknik Pengumpulan Data	28
3.7 Teknik Pengukuran Data.....	29
3.8 Teknik Analisis Data.....	29
3.8.1 Analisis <i>Eksplanatory</i> Kuantitatif	29
3.8.2 Uji Validitas	30
3.8.3 Uji Reliabilitas.....	30
3.8.4 Analisis Regresi Liner Berganda.....	31
3.8.5 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.8.5.1 Uji Normalitas.....	31
3.8.5.2 Uji Multikolinieritas.....	32
3.8.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	32
3.8.6 Uji Hipotesis.....	33
3.8.7 Uji Statistik T (Parsial).....	33
3.8.8 Koefisien Determinan (R^2).....	33
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	34
4.1.2	Stuktur Organisasi.....	35
4.2	Statistik Deskriptif.....	36
4.2.1	Deskriptif Karakteristik Responden.....	36
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	38
4.3	Uji Instrumen.....	41
4.3.1	Uji Validitas.....	41
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	42
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	43
4.4.1	Uji Normalitas.....	43
4.4.2	Uji Multikolinieritas.....	44
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	45
4.5	Uji Regresi Linear Berganda.....	46
4.6	Uji Hipotesis.....	47
4.6.1	Uji t Parsial.....	48
4.6.2	Uji Koefisien Determinan (R^2).....	48
4.7	Pembahasan.....	49
4.7.1	Pengaruh <i>Discount Price</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	49
4.7.2	Pengaruh Emosi Positif Terhadap <i>Impulse Buying</i>	50
4.7.3	Pengaruh Faktor Situasional Terhadap <i>Impulse Buying</i>	50

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	51
-----	-----------------	----

5.2 Saran.....51

DAFTAR PUSTAKA.....52



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index 2019 Katagori <i>Departemen Store</i> Indonesia.....	4
Tabel 1.2 Laporan Realisasi Penjualan 2014-2018 dalam Miliar.....	4
Tabel 1.3 Pembelian yang direncanakan (<i>impulse</i>) dan pembelian tidak direncanakan (<i>non impulse</i>) dalam bentuk %.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Data Pengunjung Ramayana <i>Departemen Store</i> Banyuwangi Pada Bulan Januari Sampai Juni 2019.....	26
Tabel 3.2 Skala Likert.....	29
Tabel 4.1 Hasil responden berdasarkan umur.....	36
Tabel 4.2 Hasil responden berdasarkan jenis kelamin.....	37
Tabel 4.3 Hasil responden berdasarkan pendidikan.....	37
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Discount Price</i>	38
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel Emosi Positif.....	39
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel Faktor Situasional.....	40
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Impulse Buying</i>	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	46
Tabel 4.12 Hasil Uji t Parsial.....	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2).....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	19
Gambar 4.1 Stuktur Organisasi Kerja Ramayana Departement Store Banyuwangi.....	35
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	44
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner.....	56
Lampiran 1 Rekapitulasi Data Jawaban Responden.....	59
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas.....	62
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Lampiran 4 Hasil Uji Normalitas.....	69
Lampiran 5 Hasil Uji Multikolinieritas.....	70
Lampiran 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	71
Lampiran 7 Hasil Uji t Parsial.....	72
Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2).....	73
Lampiran Dokumentasi.....	74

