

PENGARUH *FASHION INVOLVEMENT* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN *POSITIVE EMOTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI SOGO GALAXY MALL SURABAYA



**OLEH :
ANDREAS SUTANTO
3103012297**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016**

**PENGARUH *FASHION INVOLVEMENT* DAN *STORE
ATMOSPHERE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN
POSITIVE EMOTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI SOGO
GALAXY MALL SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

ANDREAS SUTANTO

3103012297

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2016

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *FASHION INVOLVEMENT* DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN *POSITIVE EMOTION*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI SOGO GALAXY MALL
SURABAYA**

OLEH :


ANDREAS SUTANTO

3103012297

**Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji**

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si
Tanggal: 30 Juni 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Andreas Sutanto / 3103012297

Telah diuji pada tanggal 28 Juli 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji :

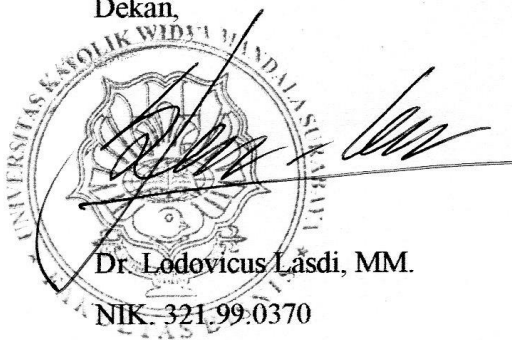


Dr. Margaretha Ardhanari, SE.,M.Si

NIK. 311.95.0228

Mengetahui :

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM.
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M, Si

NIK. 311.99.0369

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Andreas Sutanto
NRP : 3103012297
Judul Skripsi : Pengaruh *Fashion Involvement* dan *Store Atmosphere* terhadap *Impulse Buying* dengan *Positive Emotion* sebagai variabel mediasi di SOGO Galaxy Mall Surabaya

Menyatakan tugas akhir skripsi ini merupakan karya tulis sendiri. Apabila terbukti karya ini plagiatisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya juga menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan di internet atau media lainnya (digital library perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang – Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 5 Agustus 2016

Yang Menyatakan,



Andreas Sutanto

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, oleh karena rahmat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Fashion Involvement* dan *Store Atmosphere* terhadap *Impulse Buying* dengan *Positive Emotion* sebagai variabel mediasi di SOGO Galaxy Mall Surabaya”. Ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga, antara lain untuk:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM. Dekan Universitas Widya Mandala Surabaya.
2. Elisabeth Supriharyanti, SE. M.Si Ketua Jurusan Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya.
3. Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si sebagai dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dengan sabar, membantu memberikan masukan, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Semua Bapak/Ibu dosen yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
5. Orang tua dan keluarga besar atas dukungan doa dan moral serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.

6. Teman–teman yang telah memberikan dukungan selama kuliah sampai saat ini dan telah menjadi teman terbaik, serta teman - teman yang telah membantu dalam penulisan tugas akhir ini.
7. Seluruh responden penelitian yang telah menyempatkan waktu dalam pengisian kuesioer.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi kepentingan masyarakat luas dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada khususnya.

Surabaya, 5 Agustus 2016

Andreas Sutanto

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iError! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1. Perilaku Konsumen	12
2.2.2. Impulse Buying	13
2.2.3. Positive Emotion	15
2.2.4 Store Atmosphere	16

2.2.5 Fashion Involvement	17
2.3 Hubungan Antar Variabel	18
2.3.1 Hubungan antara <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Positive Emotion</i>	18
2.3.2 Hubungan antara <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Positive Emotion</i>	18
2.3.3 Hubungan antara <i>Positive Emotion</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> ..	19
2.3.4 Hubungan antara <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> melalui <i>Positive Emotion</i>	19
2.3.5 Hubungan antara <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> melalui <i>Positive Emotion</i>	20
2.4 Kerangka Konseptual.....	20
2.5 Hipotesis	21
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	22
3.1. Desain Penelitian	22
3.2. Identifikasi Variabel.....	22
3.3 Definisi Operasional Variabel	23
3.4 Jenis dan Sumber Data	25
3.4.1 Jenis Data	25
3.4.2 Sumber Data.....	25
3.5 Pengukuran Variabel.....	25
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data	26
3.6.1 Alat Pengumpulan Data	26
3.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.7.1 Populasi.....	27
3.7.2 Sampel	27

3.7.3 Teknik Pengambilan Sampel	27
3.8 Uji Normalitas	28
3.9 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	28
3.9.1 Uji Validitas.....	28
3.9.2 Uji Relialitas	29
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Karakteristik Responden	33
4.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	33
4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	34
4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan	35
4.1.4 Karakteristik Responden berdasarkan Profesi	36
4.1.5 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan.....	36
4.1.6 Karakteristik Responden berdasarkan Pengalaman Belanja	37
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	38
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Fashion Involvement</i>	40
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i>	41
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Positive Emotion</i>	43
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Impulse Buying</i>	44
4.3 Uji Asumsi <i>Structural Equational Model</i> (SEM).....	45
4.3.1 Pengujian Asumsi Normalitas	45
4.3.2 Uji Validitas	47
4.3.2 Uji Reliabilitas	48
4.4 Persamaan Struktural	50
4.5 Uji Kecocokan Model	52
4.6 Pengujian Hipotesis.....	53
4.7 Pembahasan	54
4.7.1 <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Positive Emotion</i>	54

4.7.2 <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Positive Emotion</i>	55
4.7.3 <i>Positive Emotion</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	55
4.7.4 <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> melalui <i>Positive Emotion</i>	56
4.7.5 <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> melalui <i>Positive Emotion</i>	57
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	59
5. 1 Simpulan.....	59
5.2 Saran.....	60
5.2.1 Saran bagi Manajemen SOGO Department Store di Galaxy Mall Surabaya	60
5.2.2 Saran bagi penelitian selanjutnya	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang 11
Tabel 3.1	Goodness of Fit Indicates 32
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin 34
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 35
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan 35
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi..... 36
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan 37
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Belanja ... 38
Tabel 4.7	Interval Penelitian 39
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel <i>Fashion Involvement</i> 40
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i> 41
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif Variabel <i>Positive Emotion</i> 43
Tabel 4.11	Statistik Deskriptif Variabel <i>Impulse Buying</i> 44
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> 46
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> 46
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas 47
Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabilitas 49
Tabel 4.16	Pengujian Kecocokan Keseluruhan Model..... 52
Tabel 4.17	Pengujian Hipotesis Riset 53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. <i>Atmospherics</i> dan perilaku pembelian.....	12
Gambar 2.2. Model Penelitian.....	20

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Penelitian
- Lampiran 3. Identitas Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Univariate Normality
- Lampiran 6. Uji Multivariate Normality
- Lampiran 7. Gambar *Path Diagram*
- Lampiran 8. Uji Reliabilitas
- Lampiran 9. Persamaan Struktural
- Lampiran 10. Uji Kecocokan Model
- Lampiran 11. Output Lisrel

EFFECT OF FASHION INVOLVEMENT AND STORE ATMOSPHERE
ON IMPULSE BUYING WITH POSITIVE EMOTION AS VARIABLE
MEDIATION IN SOGO GALAXY MALL SURABAYA

Andreas Sutanto
Andreassutanto7@yahoo.com

ABSTRACT

Fashion involvement is someone with an interest in clothing products, while the *store atmosphere* is created by the emotional effects of the physical attributes of the store. Both can affect feelings of pleasure felt by a person to object to the behavior of *impulse buying*. The purpose of this study is to explain the influence of *fashion involvement* against *impulse buying* taking into account *positive emotion* and *store atmosphere*. The research object SOGO Department Store in Galaxy Mall Surabaya. The research variables include: *fashion involvement*, *store atmosphere*, *positive emotion*, and *impulse buying*.

The study design was causal by using 150 sample. Data analysis technique using *Structural Equation Model*. The findings in this study indicate that the *fashion involvement* proven effect on *positive emotion*. *Store atmosphere* proved effect on *positive emotion*. *Positive emotion* proved influential on *impulse buying*. *Fashion involvement* proved influential on *impulse buying* through a *positive emotion*. *Store atmosphere* proved influential on *impulse buying* through a *positive emotion*.

Keywords: Fashion Involvement, Store Atmosphere, Positive Emotion, Impulse Buying, SOGO Department Store

PENGARUH *FASHION INVOLVEMENT* DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN *POSITIVE EMOTION*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI SOGO GALAXY MALL
SURABAYA

Andreas Sutanto
Andreassutanto7@yahoo.com

ABSTRAK

Fashion involvement merupakan ketertarikan seseorang dengan suatu produk pakaian, sedangkan *store atmosphere* adalah efek emosional yang diciptakan oleh atribut fisik toko. Keduanya dapat mempengaruhi perasaan senang yang dirasakan oleh seseorang terhadap obyek dengan perilaku *impulse buying*. Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan pengaruh dari *fashion involvement* terhadap *impulse buying* dengan mempertimbangkan faktor *store atmosphere* dan *positive emotion*. Obyek penelitian SOGO Department Store di Galaxy Mall Surabaya. Variabel penelitian meliputi : *fashion involvement*, *store atmosphere*, *positive emotion*, dan *impulse buying*.

Desain penelitian adalah kausal dengan menggunakan 150 sampel penelitian. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Model*. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *fashion involvement* terbukti berpengaruh terhadap *positive emotion*. *Store atmosphere* terbukti berpengaruh terhadap *positive emotion*. *Positive emotion* terbukti berpengaruh terhadap *impulse buying*. *Fashion involvement* terbukti berpengaruh terhadap *impulse buying* melalui *positive emotion*. *Store atmosphere* terbukti berpengaruh terhadap *impulse buying* melalui *positive emotion*.

Kata kunci : *Fashion Involvement*, *Store Atmosphere*, *Positive Emotion*, *Impulse Buying*, SOGO Department Store