

**ANALISIS PENGARUH *STORE ENVIRONMENT* TERHADAP
IMPULSE BUYING KONSUMEN THE EXECUTIVE TUNJUNGAN
PLAZA DENGAN *MOOD* SEBAGAI MEDIASI**



OLEH :

Richard Willyanto

3103009019

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

2014

**ANALISIS PENGARUH *STORE ENVIRONMENT* TERHADAP
IMPULSE BUYING KONSUMEN THE EXECUTIVE TUNJUNGAN
PLAZA DENGAN *MOOD* SEBAGAI MEDIASI**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
Richard Willyanto
3103009019

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Richard Willyanto NRP 3103009019

Telah diuji pada tanggal 22 - Agustus - 2014 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Dr. Margaretha Ardhanari, M.Si

NIK. 311.95.0228

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovikus Lasdi, MM.

NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.

NIK. 311.99.0369

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *STORE ENVIRONMENT* TERHADAP *IMPULSE BUYING* KONSUMEN THE EXECUTIVE TUNJUNGAN PLAZA
DENGAN *MOOD* SEBAGAI MEDIASI**

OLEH:

Richard Willyanto

3103009019

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini. MM

Tanggal:

Pembimbing II,



Dra. Ec. Ani Suhartatik. MM

Tanggal: 16 Juli 2014

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Nama : Richard Willyanto

NRP : 3103009019

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Store Environment* Terhadap *Impulse Buying* Konsumen The Executive Tunjungan Plaza Dengan *Mood* Sebagai Mediasi

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta.

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

Surabaya,
Yang menyatakan



Richard Willyanto

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Analisis Pengaruh *Store Environment* Terhadap *Impulse Buying* Konsumen The Executive Tunjungan Plaza Dengan *Mood* Sebagai Mediasi”. 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, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elizabeth Supriharyati, SE. M.Si selaku Ketua Jurusan Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini. MM dan ibu Dra. Ec. Ani Suhartatik. MM selaku dosen pembimbing yang telah membantu memberikan masukan, membimbing 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 berkuliah selama ini.
5. Orang tua dan saudara atas dukungan doa serta kasih sayangnya 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. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan secara terperinci namun memiliki andil besar dalam penyusunan tugas akhir ini.

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. Namun demikian, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya,

Richard Willyanto

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	10
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	22
2.4 Model Penelitian.....	24
2.5 Hipotesis.....	25
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Desain Penelitian.....	26

3.2	Identifikasi Variabel.....	34
3.3	Definisi Operasional	26
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	28
3.5	Skala Pengukuran Variabel.....	28
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	29
3.7	Populasi, Sampel dan Tehnik Pengambilan Sampel...	29
3.8	Teknik Analisis Data.....	30
BAB 4.	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1	Karakteristik Responden.....	39
4.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	42
4.3	Uji Asumsi SEM.....	45
4.4	Analisis Data.....	51
4.5	Pembahasan.....	53
BAB 5.	SIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1	Simpulan.....	56
5.2	Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan dan Perbedaan Penelitian Sekarang dan Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1 Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	37
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2 Usia.....	39
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir.....	40
Tabel 4.4 Pengeluaran Tiap Bulan.....	41
Tabel 4.5 Pernah Berbelanja di The Executive Tunjungan Plaza..	41
Tabel 4.6 Interval Rata-rata Skor.....	42
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Store Environment</i>	43
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Moods</i>	44
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Impulse Buying</i>	44
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	46
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.14 Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	50
Tabel 4.15 Pengujian Hipotesis.....	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	24
Gambar 4.1. Model Struktural.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Kuesioner
- Lampiran 3 Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Statistik Deskriptif
- Lampiran 5 Uji Validitas
- Lampiran 6 Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Uji Normalitas
- Lampiran 8 Output SEM
- Lampiran 9 Output Gambar

ABSTRAK

In-store decision terjadi dikarenakan stimulus yang dijumpai saat perjalanan menuntun individu untuk percaya atau berfikir bahwa mereka memerlukan kategori produk tersebut. Stimulus yang ada di dalam sebuah toko dapat memicu munculnya *needs* atau kebutuhan-kebutuhan yang tidak disadari sebelumnya dan berkeinginan atau memaksa memori untuk melupakan kebutuhan-kebutuhan yang dirasakan sebelumnya. Hal ini menuntun individu untuk membuat keputusan pada saat berada di toko (*in-store decision making*) atau *impulse buying*. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *store environment* terhadap *impulse buying* konsumen the executive tunjungan plaza dengan *mood* sebagai mediasi.

Dalam studi ini yang digunakan adalah penelitian konklusif pada studi penelitian eksperimental atau sebab dan akibat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel *non probability sampling*. Jenis metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Contoh yang digunakan adalah 200 orang calon konsumen The Executive Tunjungan Plaza di Surabaya. Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner. Teknik yang digunakan adalah analisis SEM dengan bantuan program LISREL. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa *store environment* dapat meningkatkan *mood* yang akhirnya akan memberikan dampak terhadap *impulse buying* pada konsumen The Executive Tunjungan Plaza di Surabaya.

Kata Kunci: *Store Environment; Mood; Impulse Buying*

The Influence of Store Environment against Impulse Buying of Consumers The Executive Tunjungan Plaza with Mood As Mediation Variable

ABSTRACT

In-store decisions occur due to the stimulus is encountered during the journey leads the individual to believe or think that they need the product category. The Stimulus that is within a convenience store can trigger the emergence of needs or the needs of the unconscious before and wanted to forget the memory or force needs to be felt before. This leads individuals to make an informed decision at the time was in store (decision making in-store) or impulse buying. This research aims to examine the influence of store environment against impulse buying of consumers the executive tunjungan plaza with the mood as mediation.

In this study used is the conclusive research on experimental research studies or cause and effect. Sampling technique used is a non-probability sample sampling. The type of method used is the purposive sampling. The example used is 200 prospective consumers The Executive Tunjungan Plaza Surabaya. Data were collected using a questionnaire. The technique used is the analysis of SEM program LISREL with assistance. The results of this analysis indicate that the store environment could improve the mood that would eventually give the impact on consumer buying on impulse The Executive Tunjungan Plaza Surabaya.

Key Words: Store Environment; The Mood; Impulse Buying