

PENGARUH MUSIK DAN PENCAHAYAAN TERHADAP
PERILAKU KONSUMEN YANG DIMEDIASI EMOSI PADA
CHARLES & KEITH GALAXY MALL SURABAYA

Skripsi S-1



OLEH :

YANUAR HADI P.H

3103010158

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2013

PENGARUH MUSIK DAN PENCAHAYAAN TERHADAP PERILAKU
KONSUMEN YANG DIMODERASI EMOSI PADA CHARLES &
KEITH GALAXY MALL SURABAYA

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

OLEH:
YANUAR HADI
3103010158

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2013

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH MUSIK DAN PENCAHAYAAN TERHADAP PERILAKU
KONSUMEN YANG DIMODERASI EMOSI PADA CHARLES &
KEITH GALAXY MALL SURABAYA

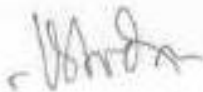
Oleh:

Yanuar Hadi

3103010158

Telah Disetujui dan Diterima untuk Sidang Akhir

Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., SE., M.Si

Tanggal: 02/1/14

Pembimbing II,



Drs. EC. Trisno Musanto

Tanggal: 02/1/14

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Yanuar NRP 3103010158
Telah diuji pada tanggal 30 Januari 2014 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. Margaretha Ardhanari. SE.,M.SI
NIK: 311.95.0228

Mengetahui:

Dekan,

An Ketua Jurusan Manajemen
Sekertaris Jurusan Manajemen



Robertus Sigit, SE,M.SC
NIK. 311. 11.0678

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yanuar Hadi

NRP : 3103010158

Judul Skripsi : Pengaruh Musik dan Pencahayaan Terhadap
Perilaku Konsumen Yang Dimediasi Emosi
Pada Charles & Keith Galaxy Mall Surabaya

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, 23/1/2014
Yang Menyatakan,



(Yanuar)

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan kasih, karunia, dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

Maksud dan tujuan dari pembuatan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Selama pembuatan skripsi ini, penulis mendapat banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti SE.M.,SI selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Margaretha Ardhanari. SE.M.SI selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bpk Trisno selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen yang telah membagikan pengalaman, pengetahuan, serta wawasan hingga diperoleh bekal dalam pembuatan skripsi ini.

6. Papa, Mama, Adik, dan keluarga penulis yang telah memberikan dorongan moral dan materi serta dukungan semangat dan doa kepada penulis selama kuliah hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Ce Yenny Wijaya, Ce Anny, Andreas Ezra, dan teman-teman Gereja yang telah memberikan dukungan semangat dan doa kepada penulis.
8. Teman-teman di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Willy Prajoto, Cindy Kharisma, Crista dan teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis berharap skripsi ini dapat memberi manfaat bagi yang berkenan membacanya. Penulis telah berusaha dalam penyusunan skripsi ini, namun karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman, maka penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak akan sangat membantu penulis dalam memperbaiki penulisan-penulisan berikutnya.

Surabaya, 5 Februari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Skripsi.....	6
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori.....	11
2.2.1. Musik.....	11
2.2.2. Pencerahan.....	13
2.2.3. Emosi.....	14

2.2.4. Perilaku Konsumen.....	15
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	16
2.3.1. Hubungan Musik dengan Emosi.....	16
2.3.2. Hubungan Musik terhadap Perilaku Konsumen.....	16
2.3.3. Hubungan Pencahayaan dengan Emosi.....	17
2.3.4. Hubungan Pencahayaan terhadap Perilaku Konsumen.	17
2.3.4. Hubungan Emosi terhadap Perilaku Konsumen.....	18
2.4. Model Penelitian.....	19
2.5. Hipotesis Penelitian.....	20
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	21
3.1. Jenis Penelitian.....	21
3.2. Identifikasi Variabel.....	21
3.3. Definisi Operasional.....	22
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	24
3.5. Skala Pengukuran Variabel.....	25
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	25
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.8. Teknik Analisis Data.....	27
3.8.1. Uji Validitas.....	27
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	28
3.8.3. SEM.....	28
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1. Deskripsi Hasil Penelitian.....	33
4.1.1. Karakteristik Responden.....	33
4.2. Deskripsi Variabel Penelitian	37
4.3. Uji Asumsi SEM.....	41
4.3.1. Uji Normalitas.....	41

4.3.2. Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	43
4.3.3. Uji Validitas.....	44
4.3.4. Uji Reliabilitas.....	45
4.3.5. Pengujian Kesesuaian Model.....	46
4.4. Pembahasan.....	47
4.4.1. Pengaruh Musik terhadap Emosi.....	47
4.4.2. Pengaruh musik terhadap perilaku konsumen melalui emosi sebagai mediasi.....	48
4.4.3. Pengaruh Pencahayaan terhadap Emosi.....	49
4.4.4. Pengaruh Pencahayaan terhadap Perilaku Konsumen melalui Emosi sebagai mediasi.....	50
4.4.5. Pengaruh Emosi terhadap Perilaku Konsumen.....	51
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	52
5.1. Simpulan.....	52
5.2. Saran.....	54
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Persamaan dan perbedaan Penelitian Sekarang..... 9
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 35
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 35
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili..... 35
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 35
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... 35
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan..... 35
Tabel 4.7	Rentang Skala Penilaian Setiap Variabel..... 39
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel Musik..... 39
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Variabel Pencapaian..... 39
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif Variabel Emosi..... 39
Tabel 4.11	Statistik Deskriptif Variabel Perilaku Konsumen..... 39
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> 41
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> 40
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas..... 42
Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabilitas..... 43
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Hipotesis..... 47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner
Lampiran 2	: Hasil Kuesioner
Lampiran 3	: Uji Frekuensi dan Karakteristik Responden
Lampiran 4	: Uji Normalitas (SEM)
Lampiran 5	: Output Gambar (SEM)
Lampiran 6	: Output Output Syntax

THE INFLUENCE OF MUSIC AND LIGHTING ON CONSUMER BEHAVIOR WHICH ARE MODERATED BY EMOTIONS AT CHARLES & KEITH GALAXY MALL SURABAYA

Email: Yanuar_11@ymail.com

Abstract

Retail corporation come out one by one and make the competition very high. Retail business which is looked as product and service supplier at beginning have changed its function and be looked at recreation spot and socialize. The retail businesspersons try to give service, promotion, discount, and others to attract consumer. This research have a purpose to know the influence of music, lighting, toward consumer behavior through emotion in Charles & Keith Galaxy Mall Surabaya. This research use Structural Equation Modeling (SEM) method. Sample taking in this research use purposive sampling. Amount of sample in this research are one hundred (100) respondences. Characteristic of the samples is the people who have visited and have ever buy product at Charles & Keith Surabaya.

The results of the study showed that H1: It has been proven that music affecting emotion, H2: Music hasn't been proven affecting Consumer Behavior that be moderated by Emotion, H3: Lighting has been proven affecting Emotion, H4: Lighting has been proven affecting Consumer Behavior that be moderated by Emotion, H5: Emotion has been proven affecting Consumer Behavior.

Keywords : Music, Lighting, Emotion, Consumer Behavior

PENGARUH MUSIK DAN PENCAHAYAAN TERHADAP PERILAKU KONSUMEN YANG DIMODERASI EMOSI PADA CHARLES & KEITH GALAXY MALL SURABAYA

Abstrak

Perusahaan ritel yang mulai bermunculan begitu banyak dan membuat persaingan antar peritel sangat tinggi. Bisnis ritel yang semula dipandang sebagai penyedia barang dan jasa, telah bergeser fungsinya dan dianggap sebagai tempat rekreasi dan bermasyarakat. Para pebisnis ritel mencoba memberikan pelayanan, promosi, diskon dan lain-lain untuk dapat menarik konsumen. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh musik, pencahayaan, terhadap perilaku konsumen melalui emosi di Charles & Keith Galaxy Mall Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampling purposive. Sampel yang digunakan penelitian ini sebesar 100 responden. Karakteristik sampel yaitu masyarakat yang pernah berkunjung dan membeli produk Charles & Keith Surabaya.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa H1: Musik terbukti mempengaruhi Emosi, H2: Musik tidak terbukti mempengaruhi Perilaku Konsumen yang dimoderasi oleh Emosi, H3: Pencahayaan terbukti berpengaruh terhadap Emosi, H4: Pencahayaan terbukti berpengaruh terhadap Perilaku Konsumen yang dimoderasi oleh Emosi, H5: Emosi terbukti berpengaruh terhadap Perilaku Konsumen

Kata Kunci: Musik, Pencahayaan, Emosi, Perilaku Konsumen