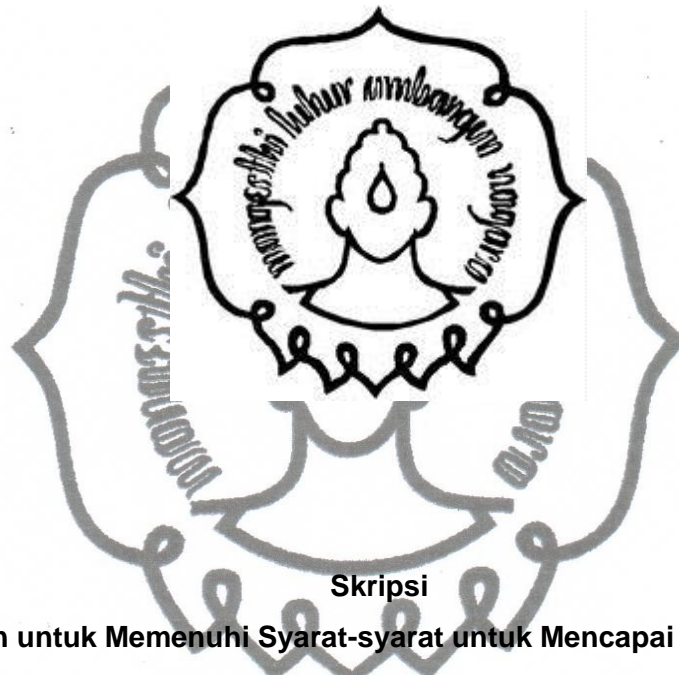


**PENGARUH RESPON EMOSIONAL POSITIF KONSUMEN PADA PERILAKU
PEMBELIAN IMPULSIF YANG DIMODERASI KARAKTERISTIK
SITUASIONAL**

(Studi Pada Konsumen Super Indo Cabang Jajar Surakarta)



Skripsi

**Diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana
Ekonomi Jurusan Manajemen**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta

Oleh :

Emanuel Bayu Ricky Rivanto

NIM F1213027

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

com/2015 user

ABSTRAK**PENGARUH RESPON EMOSIONAL POSITIF KONSUMEN PADA PERILAKU
PEMBELIAN IMPULSIF YANG DIMODERASI KARAKTERISTIK
SITUASIONAL****(Studi Pada Konsumen Super Indo Cabang Jajar Surakarta)****Emanuel Bayu Ricky Rivanto
F1213027**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik lingkungan toko (ambien, desain, dan sosial) dan respon emosi positif konsumen terhadap perilaku pembelian impulsif, serta interaksi karakteristik situasional (ketersediaan waktu, ketersediaan uang, dan definisi tugas) dalam mempengaruhi hubungan respon emosi positif konsumen pada perilaku pembelian impulsif.

Besar sampel 200 konsumen Super Indo cabang Jajar Surakarta. *Convenience sampling* merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan sampel. Uji statistik menggunakan SPSS versi 21.

Analisis regresi berganda dan regresi bertingkat digunakan untuk menjelaskan hubungan diantara variabel yang diamati. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa (1) karakteristik ambien berpengaruh positif terhadap respon emosi positif konsumen (2) karakteristik desain berpengaruh positif terhadap respon emosi positif konsumen (3) karakteristik sosial berpengaruh positif terhadap respon emosi positif konsumen (4) respon emosi positif konsumen berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif (5) ketersediaan waktu memoderasi hubungan respon emosi positif konsumen pada perilaku pembelian impulsif (6) ketersediaan uang memoderasi hubungan respon emosi positif konsumen pada perilaku pembelian impulsif (7) definisi tugas memoderasi hubungan respon emosi positif konsumen pada perilaku pembelian impulsif.

Kata kunci : lingkungan toko, emosi positif, karakteristik situasional, pembelian impulsif

ABSTRACT**THE INFLUENCE OF CONSUMER'S POSITIVE EMOTIONAL RESPONSE ON
IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR MODERATED BY SITUATIONAL
CHARACTERISTICS****(Study on Consumers of Super Indo Branch Jajar Surakarta)****Emanuel Bayu Ricky Rivanto****F1213027**

The aim of this study determines the influence of environmental characteristics store (ambience, design, and social) and consumers' positive emotional response on impulsive buying behavior, as well as the interaction situational characteristics (time availability, money availability, and task definition) in influencing consumers' positive emotional response on impulsive buying behavior.

The sample of this research consists of 200 consumers of Super Indo Jajar Surakarta branch. Convenience sampling is used to obtain the sample. Statistical by using SPSS version 21.

Multiple regression analysis and hierarchical regression are used to explain the relationship between the observed variables. The study concluded that (1) the characteristics of ambient has positive effect on consumers' positive emotional response (2) the design characteristics has positive influence on consumers' positive emotional response (3) social characteristics has positive effect on consumers' positive emotional response (4) consumers' positive emotional response has positive effect on impulsive buying behavior (5) availability of time moderates the relationship of consumers' positive emotional response on impulsive buying behavior (6) availability of money moderates the relationship of consumers' positive emotional response on impulsive buying behavior (7) the task definition moderates the relationship of consumers' positive emotional response on impulsive buying behavior.

Keyword : store environment, positive emotion, situational characteristics, impulse buying.

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul:

**PENGARUH RESPON EMOSIONAL POSITIF KONSUMEN PADA PERILAKU
PEMBELIAN IMPULSIF YANG DIMODERASI KARAKTERISTIK
SITUASIONAL**

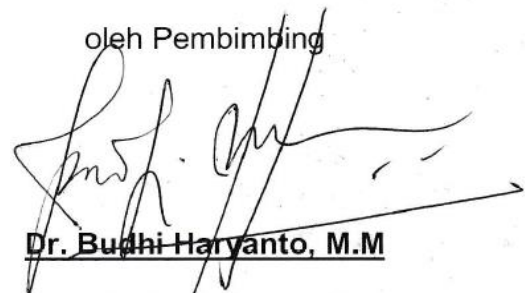
(Studi Pada Konsumen Super Indo Cabang Jajar Surakarta)

Ditulis oleh mahasiswa: Emanuel Bayu Ricky Rivanto (NIM F1213027)

Surakarta, Desember 2015

Disetujui dan diterima

oleh Pembimbing



Dr. Budhi Haryanto, M.M

NIP. 1960090419860110011

commit to user

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

PENGARUH RESPON EMOSIONAL POSITIF KONSUMEN PADA PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF YANG DIMODERASI KARAKTERISTIK SITUASIONAL

(Studi Pada Konsumen Super Indo Cabang Jajar Surakarta)

Atas nama mahasiswa: Emanuel Bayu Ricky Rivanto (NIM F1213027)

Telah disetujui dan diterima baik oleh tim penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

Surakarta, Januari 2016

Tim Penguji Skripsi

1. **Dra. Soemarjati Tj, M.M.**
NIP. 195108091985032001
2. **Dr. Budhi Haryanto, M.M.**
NIP. 1960090419860110011
3. **Amina Sukma Dewi, S.E., M.Sc.**
NIP. 197712072008122002

sebagai Ketua

sebagai Pembimbing

sebagai Anggota

Disahkan Oleh,

Ketua
Program Studi Manajemen
Reza Rahardian, SE, M.Si

NIP. 197406092000121001

commit to user

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret:

Nama : Emanuel Bayu Ricky Rivanto
NIM. : F1213027
Program Studi : S1 Transfer Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Respon Emosional Positif Konsumen Pada Perilaku Pembelian Impulsif Yang Dimoderasi Karakteristik Situasional (Studi Pada Konsumen Super Indo Cabang Jajar Surakarta)

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Skripsi yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salinan/sanduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijazah dan pencabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 20 Desember 2015
Mahasiswa



Emanuel Bayu Ricky R.
NIM. F1213027

MOTTO

“Bersukacitalah dalam pengharapan, sabarlah dalam kesesakan, dan bertekunlah dalam doa!”

(Roma 12:12)

“Orang malas tidak akan menangkap buruannya, tetapi orang rajin akan memperoleh harta yang berharga.”

(Amsal 12:27)



commit to user

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini penulis persembahkan kepada:

- ❖ *Papa Andreas T. Gunarso dan Mama Hindrica Indah H.*
- ❖ *Kekasihku Yoakim Cahaya*
- ❖ *Dosen pembimbing Dr. Budhi Haryanto, M.M*
- ❖ *Dan Almamaterku*



commit to user

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Respon Emosional Positif Konsumen Pada Perilaku Pembelian Impulsif Yang Dimoderasi Karakteristik Situasional (Studi Pada Konsumen Super Indo Cabang Jajar Surakarta)”**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi tugas dan persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta

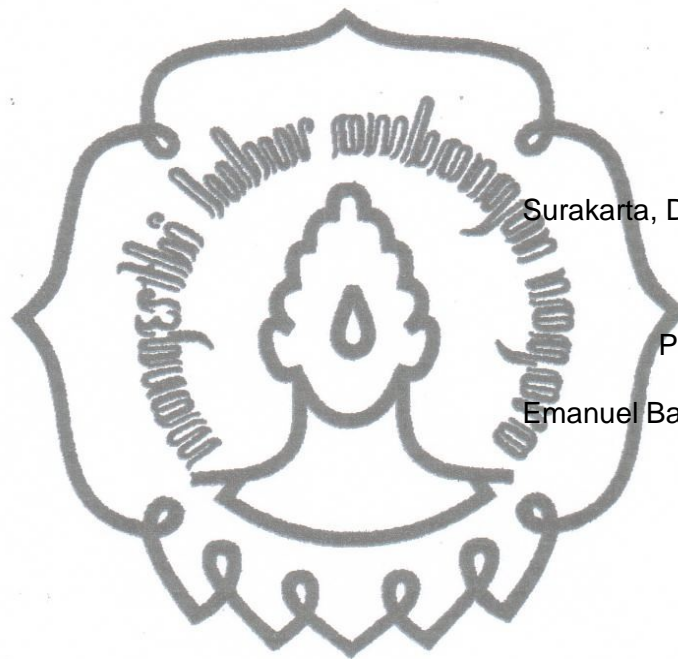
Skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan berbagai pihak. Dengan kerendahan dan ketulusan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr.Hunik Sri Runing S.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Reza Rahardian, SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Dr. Budhi Haryanto, M.M selaku Dosen pengampu dan pembimbing skripsi yang telah membimbing dengan penuh kesabaran serta memberikan saran dan masukan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Anastasia Riani Suprpti, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Akademik

commit to user

5. Segenap Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya para dosen yang telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Ibu D. Yuvlinda Susanta, selaku Head of Corporate Communication and Sustainability PT. Lion Super Indo yang telah memberikan ijin untuk penelitian ini.
7. Segenap Manajer, karyawan, dan konsumen PT. Lion Super Indo cabang Jajar Surakarta, Terima kasih atas keramahan dan kontribusinya dalam penulisan skripsi ini.
8. Papa Andreas T. Gunarso dan Mama Hindrica Indah H. tercinta yang selalu menyayangi, mendukungku serta mendoakanku setiap saat.
9. Adikku Monica Dyah Paramitha yang selalu memberikan semangat.
10. Kekasihku Yoakim Cahaya dan Keluarga, yang selalu mendukung dan mendoakanku.
11. Sahabat-sahabatku Ellya M, Shabrina, Guntur W., Winda K., Bustomi, Toetoeko, Yosephine, Andika, Dwi Cahyo, yang saling mendukung dan menghibur dalam perjuangan ini.
12. Keluarga besar S1 Transfer Manajemen angkatan 2013 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bantuan yang diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis menerima segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Akhirnya, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis maupun pembaca pada umumnya.



Surakarta, Desember 2015

Penulis

Emanuel Bayu Ricky Rivanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAKS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
HALAMAN ORISINALITAS	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Pengertian Isu Penelitian	8
B. Posisi Studi.....	9
C. Pembahasan Teori dan Hipotesis	10
D. Model Penelitian <i>commit to user</i>	23

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian	25
B. Metode Pengambilan Sampel.....	26
C. Teknik Pengumpulan Data	26
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
E. Metode Analisis Data	32

BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Profil Responden.....	36
B. Analisis Instrument Penelitian.....	40
C. Analisis Data Penelitian	45
D. Analisis Uji Hipotesis dan Pembahasan.....	61

BAB V. SIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Simpulan	85
B. Implikasi	86
C. Keterbatasan Penelitian.....	87

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN***commit to user*

DAFTAR TABEL

Tabel II.1	Posis Studi	9
Tabel IV.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel IV.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel IV.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	38
Tabel IV.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel IV.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan atau Uang Saku	39
Tabel IV.6	Analisis Faktor	42
Tabel IV.7	Hasil Uji Validitas	43
Tabel IV.8	Hasil KMO <i>and Bartlett's test</i>	44
Tabel IV.9	Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel IV.10	Hasil Uji Multikolinieritas Regresi	46
Tabel IV.11	Hasil Uji Autokorelasi.....	47
Tabel IV.12	Hasil Normalitas.....	48
Tabel IV.13	Hasil Heteroskedastisitas	49
Tabel IV.14	Hasil Uji Multikolinieritas Moderasi Ketersediaan Waktu	50
Tabel IV.15	Hasil Uji Autokorelasi Moderasi Ketersediaan Waktu.....	51
Tabel IV.16	Hasil Uji Normalitas Moderasi Ketersediaan Waktu.....	52
Tabel IV.17	Hasil Uji Heteroskedastisitas Moderasi Ketersediaan Waktu.....	53

commit to user

Tabel IV.18 Hasil Uji Multikolonieritas Moderasi Ketersediaan Uang.....	54
Tabel IV.19 Hasil Uji Autokorelasi Moderasi Ketersediaan Uang	55
Tabel IV.20 Hasil Uji Normalitas Moderasi Ketersediaan Uang	56
Tabel IV.21 Hasil Uji Heteroskedastisitas Moderasi Ketersediaan Uang.....	57
Tabel IV.22 Hasil Uji Scatterplots Moderasi Ketersediaan Uang	57
Tabel IV.23 Hasil Uji Multikolonieritas Moderasi Definisi Tugas	58
Tabel IV.24 Hasil Uji Autokorelasi Moderasi Definisi Tugas	59
Tabel IV.25 Hasil Uji Normalitas Moderasi Definisi Tugas.....	60
Tabel IV.26 Hasil Uji Heteroskedastisitas Moderasi Definisi Tugas.....	60
Tabel IV.27 Hasil Uji Scatterplots Moderasi Definisi Tugas	61
Tabel IV.28 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square).....	63
Tabel IV.29 Hasil Uji Statistik F.....	63
Tabel IV.30 Hasil Uji Statistik t	62
Tabel IV.31 Hasil Uji Koefisien Determinasi Ketersediaan Waktu.....	64
Tabel IV.32 Hasil Uji Statistik F Ketersediaan Waktu	66
Tabel IV.33 Hasil Uji Statistik t Ketersediaan Waktu	67
Tabel IV.34 Hasil Uji Koefisien Determinasi Ketersediaan Uang	68
Tabel IV.35 Hasil Uji Statistik F Ketersediaan Uang	69
Tabel IV.36 Hasil Uji Statistik t Ketersediaan Uang	70
Tabel IV.37 Hasil Uji Koefisien Determinasi Definisi Tugas	71

commit to user

Tabel IV.38 Hasil Uji Statistik F Definisi Tugas	72
Tabel IV.39 Hasil Uji Statistik t Definisi Tugas	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Penelitian	23
------------------------------------	----

