



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

***Pengaruh Hedonic Shopping Motivation
Terhadap Impulse Buying Melalui
Positive Emotion* Konsumen City Of
Tomorrow Di Surabaya**

Amaliya Rahmawati
151500206

Dosen Pembimbing
Dr. Fachrudy Asj'ari, S.Psi., M.M
Siti Samsiyah, S.E., M.M

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
2019**

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* MELALUI *POSITIVE*
EMOTION KONSUMEN CITY OF TOMORROW DI
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (SM) Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

AMALIYA RAHMAWATI

NIM : 151500206

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**

2019

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk di uji :

Tanggal : 16 April 2019

Dosen Pembimbing I,



Dr. Fachruday Asj'ari, S.Psi. MM
1202612/DY

Dosen Pembimbing II



Siti Samsiyah, SE., MM
1511749/DY

HALAMAN PENGESAHAN


Judul Skripsi : Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation*
Terhadap *Impulse Buying* Melalui
Positive Emotion Konsumen City Of
Tomorrow di Surabaya

Identitas Mahasiswa :
a. Nama : Amaliya Rahmawati
b. NIM : 151500206
c. Program Studi : Manajemen
d. Fakultas : Fakultas Ekonomi
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
e. Alamat e-mail : amaliy.arw@gmail.com

Surabaya, 09 Mei 2019

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,


Dr. Fachrudin Asf'ari, S.Psi., M.M


Siti Sambiyah, S.E., M.M

NIP/NPP : 1202612/DY

NIP/NPP : 1511749/DY



Mengetahui,
Ketua Program Studi,
Tony Susilo W., S.E., M.Pd., M.SM

NIP/NPP : 0709494/ DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Amaliya Rahmawati

NIM : 151500206

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana
Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul : Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap *Impulse Buying* Melalui *Positive Emotion* Konsumen City Of Tomorrow Di Surabaya yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas ekonomi universitas PGRI adi buana Surabaya tahun akademik 2019 bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 18 April 2019

Mahasiswa,



Amaliya
Amaliya Rahmawati
NIM : 151500206

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamiin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Azza Wa Jala dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : ***“Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Konsumen City Of Tomorrow Di Surabaya”***.

Selama proses penulisan hingga terselesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Drs. H Djoko Adi Walujo S.T., M.M., DBA, selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Ibu Dra. Siti Istikhoro M.si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., MSM, selaku Ketua Prodi Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak Dr. Fachrudiy Asj'ari, S.Psi., M.M dan Ibu Siti Samsiyah, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Staff Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya kiranya telah banyak memberikan pengetahuan pada penulis, selama menimba ilmu di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

6. Bapak Indra Irmawan, selaku *Marketing Communication Manager* City Of Tomorrow di Surabaya beserta seluruh pihak yang terkait telah memberikan izin penelitian kepada penulis hingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
7. Bapak Rochmad Harun dan Ibu Kiptiyah, selaku orang tua tercinta yang telah banyak memberikan doa dan motivasi kepada penulis secara moril maupun material hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Barakallahu Fyikum.
8. Ukhawah Hijrahku (2 Ummu dan 9 Jomblo) yang telah memberikan doa dan semangat serta dorongan selama proses penyusunan skripsi.
9. Teman-teman Manajemen kelas E 2015 serta seluruh teman-teman Manajemen angkatan 2015 yang telah bersama-sama berjuang menuntut ilmu di kampus Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
10. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa pada penulis selama penyelesaian skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
11. Almamaterku, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang turut mendewasakanku, baik dari segi pemikiran dan tindakan.

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 16 April 2019
Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Masalah.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Perilaku Pemasaran.....	13
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	13
2.2.2 <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	15
2.2.2.1 Pengertian <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	15
2.2.2.2 Menggunakan Karakteristik Motivasi Berbelanja Dalam Motif Belanja Konsumen.....	16
2.2.2.3 Indikator <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	17
2.2.3 <i>Impulse Buying</i>	18

2.2.3.1	Pengertian <i>Impulse Buying</i>	18
2.2.3.2	<i>Tipe-tipe Impulse Buying</i>	20
2.2.3.3	Indikator <i>Impulse Buying</i>	21
2.2.4	<i>Positive Emotion</i>	22
2.2.4.1	Pengertian <i>Positive Emotion</i>	22
2.2.4.2	Komponen Emosi.....	23
2.2.4.3	Indikator <i>Positive Emotion</i>	25
2.3	Kerangka Konseptual	26
2.4	Hipotesis.....	28
2.4.1	Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> Terhadap <i>Positive Emotion</i>	28
2.4.2	Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	29
2.4.3	Pengaruh <i>Positive Emotion</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	29
2.4.4	Pengaruh <i>Positive Emotion</i> Memediasi <i>Hedonic Shopping Motivation</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	30
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Rancangan Penelitian.....	31
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.2.1	Populasi.....	32
3.2.2	Sampel.....	32
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel	33
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	33
3.3.1	Jenis Penelitian.....	33
3.3.2	Sumber Data.....	34
3.3.2.1	Sumber Data Primer	34
3.3.2.2	Sumber Data Sekunder	34
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	36

3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	36
3.5.1	Variabel Penelitian.....	36
3.5.2	Definisi Operasional Variabel.....	37
3.5.2.1	<i>Hedonic Shopping Motivation</i>	37
3.5.2.2	<i>Impulse Buying</i>	38
3.5.2.3	<i>Positive Emotion</i>	39
3.6	Teknik Analisis Data.....	39
3.6.1	Analisis Jalur.....	40
3.6.1.1	Uji Koefisien Kolerasi.....	41
3.6.1.2	Uji Koefisien Determinasi.....	41
3.6.1.3	Uji Homogenitas.....	42
3.6.1.4	Uji Linearitas.....	43
3.6.2	Pengujian Instrumen Penelitian.....	43
3.6.2.1	Uji Validitas	43
3.6.2.2	Uji Reliabilitas.....	44
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	45
3.6.3.1	Uji Normalitas	45
3.6.4	Pengujian Hipotesis.....	46
	3.6.4.1 Uji t	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Penyajian Data.....	47
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	47
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	48
4.1.3	Struktur Organisasi	48
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	51
4.2.1	Karakteristik Responden.....	51
4.2.2	Penilaian Responden Terhadap Butir Pernyataan.....	55
4.2.2.1	<i>Hedonic Shopping Motivation (X)</i>	55
4.2.2.2	<i>Positive Emotion (Y1)</i>	56

4.2.2.3	<i>Impulse Buying</i> (Y2).....	57
4.3	Hasil Analisis Data dan Pembahasan	58
4.3.1	Pengujian Instrumen Penelitian.....	58
4.3.1.1	Uji Validitas	58
4.3.1.2	Uji Reliabilitas.....	60
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	61
4.3.2.1	Uji Normalitas	61
4.3.3	Uji Homogenitas dan Uji Linearitas	62
4.3.3.1	Uji Homogenitas.....	62
4.3.3.2	Uji Linearitas.....	63
4.3.4	Analisis Jalur	65
4.3.4.1	Pengujian Koefisien Jalur Sub Struktural 1	65
4.3.4.2	Pengujian Koefisien Jalur Sub Struktural 2.....	68
4.3.4.3	Pengujian Koefisien Jalur Sub Struktural 3.....	71
4.3.5	Pembuktian Hipotesis	74
4.3.5.1	Pembuktian Hipotesis 1	74
4.3.5.2	Pembuktian Hipotesis 2	75
4.3.5.3	Pembuktian Hipotesis 3	76
4.3.5.4	Pengaruh Langsung Dan Pengaruh Tidak Langsung.....	77
4.3.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan.....	83
5.2	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA		

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
3.2 Data Konsumen City Of Tomorrow.....	32
3.3 Skala Likert.....	35
4.1 Karakteristik Responden.....	52
4.2 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	55
4.3 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Positive Emotion</i>	56
4.4 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Impulse Buying</i>	57
4.5 Uji Validitas.....	59
4.6 Uji Reliabilitas.....	60
4.7 Hasil Uji Normalitas 3 Struktural.....	61
4.8 Hasil Uji Homogenitas.....	62
4.9 Hasil Uji Linearitas.....	63
4.10 Hasil Pengujian Sub Struktural 1.....	65
4.11 Hasil Pengujian Sub Struktural 2.....	68
4.12 Hasil Pengujian Sub Struktural 3.....	71
4.13 Uji t Hipotesis 1.....	75
4.14 Uji t Hipotesis 2.....	76
4.15 Uji t Hipotesis 3.....	77
4.16 Perhitungan Pengaruh Langsung.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.3 Kerangka Konseptual.....	27
3.1 Rancangan Penelitian.....	31
3.6 Diagram Jalur	40
4.1 Struktur Organisasi.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 : Surat Keterangan Dari Perusahaan
- Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 : Tabulasi Data
- Lampiran 5 : Frekuensi Data
- Lampiran 6 : Uji Validitas
- Lampiran 7 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 : Uji Normalitas, Homogenitas, Dan Linearitas
- Lampiran 9 : Analisis Jalur
- Lampiran 10 : Matrik Penelitian
- Lampiran 11 : Daftar Hadir Sempro
- Lampiran 12 : Lembar Persetujuan
- Lampiran 13 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 14 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
- Lampiran 15 : Berita Acara Ujian Skripsi