

**PENGARUH KETERLIBATAN FASHION, ATMOSFER TOKO DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF
(Survei pada Konsumen Fashion di Ramayana Departement Store Yogyakarta)**

NINA DWI NINGSIH

NIM. 141140362

Mahasiswa Program Studi (S1) Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
ninadwinsaa@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh keterlibatan fashion, atmosfer toko dan promosi penjualan secara bersama-sama terhadap pembelian impulsif pada konsumen fashion Ramayana Department Store Yogyakarta, (2) pengaruh keterlibatan fashion terhadap pembelian impulsif pada konsumen fashion Ramayana Department Store Yogyakarta, (3) pengaruh atmosfer toko terhadap pembelian impulsif pada konsumen fashion Ramayana Department Store Yogyakarta, dan (4) pengaruh promosi penjualan terhadap pembelian impulsif pada konsumen fashion Ramayana Department Store Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang dilakukan pada konsumen fashion Ramayana Departement Store Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala likert, dimana responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) keterlibatan fashion, atmosfer toko dan promosi penjualan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif pada konsumen fashion Ramayana Departement Store Yogyakarta, (2) keterlibatan fashion berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada konsumen fashion Ramayana Departement Store Yogyakarta, (3) atmosfer toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada konsumen fashion Ramayana Departement Store Yogyakarta, dan (4) promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada konsumen fashion Ramayana Departement Store Yogyakarta.

Kata kunci: Keterlibatan Fashion, Atmosfer Toko, Promosi Penjualan dan Pembelian Impulsif.