

**PENGARUH SUASANA TOKO DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF DENGAN SUASANA HATI
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Survey pada Konsumen Pamella Enam Supermarket)

DIAN AYU RAHMAHWATI

NIM.141150 482

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

dianayurahmahwati@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh suasana toko dan promosi penjualan terhadap pembelian impulsif melalui suasana hati. Survey dilakukan pada konsumen Pamella Enam Supermarket yang telah melakukan pembelian atau pembelanjaan. Jumlah responden sebanyak 100 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dalam bentuk Angket yang disebarakan kepada responden. Metode pengolahan data dan analisis data menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Alat analisis dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*) menunjukkan hasil yaitu : 1) variabel suasana toko secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian impulsif. 2) variabel promosi penjualan secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian impulsif. 3) variabel suasana toko berpengaruh secara tidak langsung signifikan terhadap pembelian impulsif melalui suasana hati. 4) variabel promosi penjualan berpengaruh secara tidak langsung signifikan terhadap pembelian impulsif melalui suasana hati

Kata Kunci : suasana toko, promosi penjualan, suasana hati, pembelian impulsif