

## ABSTRAK

Brilly Juliananda Rakasiwi, Nomor Mahasiswa 152150084, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, judul penelitian “Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Sales Promotion* terhadap *Impulse Buying* dengan *Positive Emotion* sebagai variabel intervening” (Studi pada Pelanggan Super Indo Jalan HOS Cokroaminoto Yogyakarta) 2019. Dosen Pembimbing I Sigit Haryono dan Dosen Pembimbing II Adi Soeprapto.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Sales Promotion* terhadap *Impulse Buying* dengan *Positive Emotion* sebagai variabel intervening pada Pelanggan Super Indo Jalan HOS Cokroaminoto Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Super Indo. Ukuran sampel pada penelitian ini 69 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling* dengan *systematic random sampling* untuk populasi tidak terbatas. Teknik analisis data deskriptif dan analisis statistik inferensial menggunakan metode statistik *partial least square* (PLS-SEM).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Positive Emotion*, *Sales Promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Positive Emotion*, *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying*, *Sales Promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying*, *Positive Emotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying*, *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* melalui *Positive Emotion*, *Sales Promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* melalui *Positive Emotion*.

Berdasarkan hasil penelitian, Super Indo disarankan untuk memperhatikan *Store Atmosphere* di toko guna meningkatkan *Positive Emotion* yang mendorong pelanggan untuk melakukan *Impulse Buying*. Cara yang dilakukan adalah dengan mempertahankan tata cahaya dalam ruangan di Super Indo Jalan HOS Cokroaminoto Yogyakarta. Super Indo Jalan HOS Cokroaminoto Yogyakarta juga harus memperhatikan bentuk pintu masuk dengan cara meningkatkan ketertarikan pelanggan terhadap bentuk pintu masuk dengan membuat hiasan-hiasan di pintu masuk sehingga mendorong *Positive Emotion* pelanggan untuk melakukan *Impulse Buying*. Super Indo Jalan HOS Cokroaminoto Yogyakarta harus memperhatikan *Sales Promotion* yang dilakukan untuk dapat meningkatkan *Positive Emotion* yang mendorong pelanggan untuk melakukan *Impulse Buying*. Cara yang dilakukan adalah dengan mempertahankan pemberian super promo kepada pelanggan. Super Indo Jalan HOS Cokroaminoto Yogyakarta juga harus memperhatikan pemberian harga promo dengan cara menempatkan produk promo

di sekitar tempat kasir sehingga muncul *Positive Emotion* dalam diri pelanggan yang mendorong pelanggan untuk melakukan *Impulse Buying*.

Kata Kunci: *Store Atmosphere, Sales Promotion, Positive Emotion, Impulse Buying*.