

## ABSTRAK

Rodearni Nani Sari Lingga, Nomor Mahasiswa 152510003, Prodi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, judul penelitian “Pengaruh *Visual Merchandising* terhadap *Impulse Buying* dengan Emosi Positif sebagai variabel intervening” (Studi pada Pelanggan Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta tahun 2019). Dosen Pembimbing I Susanta dan Pembimbing II Lukmono Hadi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Visual Merchandising* terhadap *Impulse Buying* dengan Emosi Positif sebagai variabel intervening pada Pelanggan Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Carrefour Ambarukmo Plaza, dengan sampel sebanyak 97 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability* dengan *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan analisis deskriptif dan analisis statistik inferensial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Visual Merchandising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Emosi Positif dengan nilai t-statistic sebesar 8.271 dan nilai signifikansi 0.000, *Visual Merchandising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* dengan nilai t-statistic sebesar 2.964 dan nilai signifikansi 0.003, Emosi Positif berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* dengan nilai t-statistic sebesar 4.238 dan nilai signifikansi 0.000, *Visual Merchandising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* melalui Emosi Positif dengan nilai t-statistic sebesar 3.719 dan nilai signifikansi 0.000.

Kata kunci : *visual merchandising*, Emosi Positif, *impulse buying*.