

ABSTRAK

Dimas Yoshua Bileam, Nomor Induk Mahasiswa 152170028, Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh Potongan Harga dan Atmosfer Toko terhadap Emosi Positif serta pengaruhnya terhadap Pembelian Impulsif (Studi pada Konsumen H&M Mall Kota Kasablanka, Tebet, DKI Jakarta). Dosen Pembimbing I Humam Santosa Utomo dan Didik Indarwanta selaku Dosen Pembimbing II.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis “Pengaruh Potongan Harga dan Atmosfer Toko terhadap Emosi Positif serta pengaruhnya pada Pembelian Impulsif (Studi pada Konsumen H&M Mall Kota Kasablanka, Tebet, DKI Jakarta)”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian secara impulsif pada H&M Kota Kasablanka. Penelitian ini bersifat *explanatory* dengan menggunakan metode kuantitatif. Sampel penelitian ini merupakan seluruh konsumen yang melakukan pembelian secara impulsif pada H&M Kota Kasablanka. Rumus Rao Purba digunakan untuk perhitungan ukuran sampel yang menghasilkan 70 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan *Accidental Sampling* sebagai Teknik *Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan *Partial Least Square (PLS)*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Potongan Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap Emosi Positif (Z), Potongan Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Impulsif (Y), Atmosfer Toko (X2) berpengaruh signifikan terhadap Emosi Positif (Z), Atmosfer Toko (X2) berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Impulsif (Y), Emosi Positif (Z) berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Impulsif (Y), Potongan Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Impulsif (Y) melalui Emosi Positif (Z), Atmosfer Toko (X2) berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Impulsif (Y) melalui Emosi Positif (Z).

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, H&M Mall Kota Kasablanka harus meningkatkan potongan harga dan atmosfer toko agar konsumen dapat merasakan emosi positif saat berada pada toko H&M Mall Kota Kasablanka, sehingga emosi positif tersebut dapat membuat konsumen melakukan pembelian impulsif pada Toko H&M Mall Kota Kasablanka.

Kata kunci: Potongan Harga, Atmosfer Toko, Kepuasan, Emosi Positif dan Pembelian Impulsif