ABSTRAKSI

Nijma Nayara Sujana 152220023 Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN "Veteran" Yogyakarta. Dosen Pembimbing Humam Santosa Utomo. Judul Penelitian "pengaruh *Store Atmosphere* dan *Price Discount* terhadap *Impulse Buying* dengan *Hedonic Consumption Tendency* sebagai moderator pada pelanggan Toko Elita di Wirobrajan."

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Store Atmosphere* dan *Price Discount* terhadap *Impulse Buying* dengan *Hedonic Consumption Tendency* sebagai moderator. Latar belakang penelitian ini didasari karena adanya peningkatan kecenderungan pembelian impulsif, seiring dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin memprioritaskan pengalaman berbelanja.

Metode penelitian yang digunakan adalah eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui melalui kuesioner daring (Google Form). Disebarkan kepada 68 sampel yang dipilih menggunakan teknik *accidental* kepada konsumen yang telah melakukan pembelian secara *impulsive*. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan aplikasi SmartPLS dengan metode *Partial Least Square-Structural Equation* Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukan bahwa *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap variabel *Impulse Buying.* Begitu pula dengan *Price Discount* yang berpengaruh signifikan terhadap variabel *Impulse Buying*. *Hedonic consumption tendency* berpengaruh tidak signifikan sebagai moderator dalam pengaruh *Store atmosphere* terhadap *Impulse Buy*ing. *Hedonic consumption tendency* berpengaruh tidak signifikan sebagai moderator dalam pengaruh *Price Discount* terhadap *Impulse Buy*ing. Temuan ini memperkuat teori Perilaku Konsumen.

Saran bagi perusahaan adalah untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas lingkungan toko serta mengembangkan program diskon yang menarik dan terencana untuk meningkatkan pembelian impulsif pelanggan.

Kata Kunci: ***Store Atmosphere, Price Discount, Impulse Buying, Hedonic Consumption Tendency***