

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* (SUASANA TOKO) TERHADAP  
EMOSI DAN DAMPAKNYA KEPADA KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Survey pada Pengunjung Distro Nimco Royal Store di Yogyakarta)**

**FAJAR AGUNG DAMARJATI**

**NIM : 141100060**

**Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta**

fajardmr@yahoo.co.id

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* (Suasana Toko) Terhadap Emosi dan Dampaknya Kepada Keputusan Pembelian (Survey pada Pengunjung Distro Nimco Royal Store di Yogyakarta). Tujuan dari penelitian ini menganalisis dan menjelaskan pengaruh dari *Store Atmosphere* terhadap Emosi dan dampaknya terhadap Keputusan Pembelian. Metode pengambilan data teknik survei. Teknik pengambilan sampel yaitu *accidental sampling*. Populasi penelitian ini adalah pengunjung Distro Nimco Royal Store di Yogyakarta dengan jumlah sampel 100 orang. Metode analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square (PLS)*, Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *Exterior* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap emosi konsumen. 2) *General Interior* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap emosi konsumen. 3) *Store Layout* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap emosi konsumen. 4) *Interior Display* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap emosi konsumen. 5) Emosi konsumen terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Eksterior, General Interior, Store Layout, Interior Display*, Emosi Konsumen, Keputusan Pembelian