

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis atmosfer toko dan promosi penjualan terhadap pembelian impulsif dengan emosi positif sebagai variabel intervening Centro Lifestyle Departement Store Ambarokmo Plaza Yogyakarta.. Penelitian ini menggunakan 200 sampel dengan metode pengambilan sampel *nonprobability sampling* dan menggunakan teknik *judgemental sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan program AMOS Versi 22.0.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa atmosfer toko berpengaruh positif signifikan terhadap emosi positif. Promosi penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap emosi positif. Atmosfer toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif. Promosi penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian impulsif. Emosi positif berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian impulsif. Atmosfer toko berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif yang dimediasi oleh emosi positif. Promosi penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian impulsif yang dimediasi emosi positif.

Kata Kunci :Atmosfer toko, promosi penjualan, pembelian impulsif, emosi positif

Abstract

This study aims to analyze store atmosphere and sales promotion to impulsive purchasing with positive emotion as intervening variable Centro Lifestyle Departement Store Ambarrokmo Plaza Yogyakarta .. This research uses 200 samples with nonprobability sampling sampling method and using judgmental sampling technique. Analyzer used in this research is Srtuctural Equation Modeling (SEM) by using program of AMOS Version 22.0.

Based on the analysis that has been done, the results obtained that the store atmosphere has a significant positive effect on positive emotions. Sales promotion has a significant positive effect on positive emotions. Store atmosphere has a positive and significant impact on impulsive purchases. Sales promotion has a significant positive effect on impulsive purchases. Positive emotions have a significant positive effect on impulsive purchases. Store atmosphere has a significant effect on impulsive purchases mediated by positive emotions. Sales promotion has a significant positive effect on impulsive purchases that are mediated by positive emotions.

Keywords: Store atmosphere, sales promotion, impulsive purchases, positive emotions