

ABSTRAK

Seiring perkembangan pertumbuhan ekonomi yang cepat di era globalisasi saat ini, membuat perusahaan harus terus berupaya untuk mengembangkan usahanya. Gerai merupakan tempat konsumen untuk melakukan pembelian baik itu terencana maupun tidak terencana, pembelian terencana adalah perilaku pembelian dimana keputusan pembelian sudah dipertimbangkan sebelum masuk ke dalam Gerai, sedangkan pembelian tak terencana adalah perilaku pembelian tanpa ada pertimbangan sebelumnya. Hal ini membuat perkembangan perusahaan ritel nasional semakin meningkat. Berkembangnya perusahaan ritel saat ini membuat persaingan perusahaan-perusahaan sejenis di dalam negeri menjadi sangat kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh store atmosphere terhadap hedonic shopping value, pengaruh store atmosphere terhadap impulse buying konsumen berbelanja di Citra Swalayan Andalas Padang, serta pengaruh Hedonic Shopping Value terhadap Impulse Buying. Metode Analisa Data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif dan Analisis Inferensial. Teknik Pengumpulan data dilakukan dengan cara pengambilan data secara langsung metode lapangan (*field research*) yaitu penyebaran kuesioner pada konsumen yang berkunjung dan berbelanja di Citra Swalayan Andalas Padang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan non probability sampling, dengan metode pemilihan sampel yang digunakan purposive sampling. Jumlah sampel dalam penelitian adalah sebanyak 96,04 orang dan untuk keperluan penelitian maka jumlah sampel yang akan dijadikan responden untuk kepentingan penelitian sebanyak 100 responden.

Kata kunci : *suasana (tata letak), perasaan, pembelian tak terencana*

ABSTRACT

Along with the development of rapid economic growth in the current globalization, the company must continue to strive to expand its business. Gerai is where consumers to pass purchases either planned or unplanned, planned purchases are purchasing behavior where purchasing decisions have been considered before entering the booth, while unplanned purchases are buying behavior without any prior consideration. This makes the development of national retail companies increasingly. The development of retail companies today makes the competition of similar companies in the country to be very competitive. This research aims to know the effect of store atmosphere on hedonic shopping value, influence store atmosphere to impulse buying consumer shopping at Citra SwalayanAndalas Padang, and the influence of Hedonic Shopping Value on Impulse Buying. Data Analysis Method used is Descriptive Analysis and Inferential Analysis. Technique Data collecting is done by direct data retrieval of field method (field research) that is spreading of kuesioner at consumer who visiting and berbelanja in Citra Supermarket Andalas Padang. Sampling technique used non probability sampling, with the method of selecting the sample used purposive sampling. The number of samples in the study were as many as 96.04 people and for research purposes then the number of samples to be used as respondents for the purposes of research as much as 100 respondents.

Keywords : *Store Atmosphere, Hedonic Shopping Value, Impulse Buying*