

ABSTARCT

THE INFLUENCE OF RETAIL SERVICES, POSITIVE EMOTION AND LIFESTYLE SHOPPING TO IMPULSE BUYING (SURVEY CONSUMER TASIKMALAYA ASIA PLAZA)

By :

ERLIN MARLINA

NIM : 148334059

Guidence I : H. Kartawan

Guidence II : Dedi Kusmayadi

The objectivies of this research were to know and to analyze the influence of retail services, positive emotion and lifestyle shopping to impulse buying. This research conducted in the asia plaza of tasikmalaya.

The research method used survey research method, population of all customers who have and have done the shopping and experienced impulse buying with the limits of age between 18-55 year, the accidental of techniques sampling, which amounts 397 people, instrument a questionnare using with of ordinal the scale, the path analysis techniques.

The result of the study know level service, a positive emotion, and lifestyle shopping in the category of good, including the purchase of impulsive including both. The results of satistical tests retail service, a positive emotion, and livestyle shopping good simultaneosly and partial have had a positive impact and significntly to purchase impulsive consumers Asia Plaza of Tasikmalaya.

Keyword : Service, Retail, Emotion, Lifestyle, Impulse Buying.

ABSTRAK

PENGARUH PELAYANAN RITEL, EMOSI POSITIF DAN GAYA HIDUP BERBELANJA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF (SURVEI PADA KONSUMEN ASIA PLAZA TASIKMALAYA)

Oleh :

ERLIN MARLINA

NIM : 148334059

Pembimbing I : H. Kartawan
Pembimbing II : Dedi Kusmayadi

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan ritel, emosi positif dan gaya hidup berbelanja terhadap pembelian impulsif. Penelitian ini dilaksanakan di Asia Plaza Tasikmalaya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei, populasi dari seluruh pelanggan yang pernah dan telah melakukan kegiatan belanja dan mengalami pembelian tidak direncanakan dengan batasan umur antara 18-55 tahun, teknik pengambilan sampel adalah kebetulan dengan jumlah 397 orang, instrumen menggunakan kuesioner dengan skala ordinal, teknik analisis jalur.

Hasil penelitian diketahui tingkat pelayanan, emosi positif dan gaya hidup berbelanja termasuk kategori baik, begitupun pembelian impulsif termasuk baik. Hasil uji statistik pelayanan ritel, emosi positif dan gaya hidup berbelanja berpengaruh positif dan signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap pembelian impulsif konsumen Asia Plaza Tasikmalaya.

Kata Kunci : Pelayanan, Ritel, Emosi, Gaya Hidup, Pembelian Impulsif.