

**ANALISIS PENGARUH SUASANA TOKO TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI EMOSI KONSUMEN
SEBAGAI VARIABLE *INTERVENING* PADA 7-ELEVEN
WILAYAH DEPOK MARGONDA**

M. Lutfi Alfian Zauhari

Abstrak

Perancangan suasana toko dalam suatu store retail terutama pada convenience store seperti 7 – Eleven sangatlah penting. Guna memberikan menstimulasi emosi positif pada konsumen yang tentunya berdampak pada keputusan pembelian mereka. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian melalui emosi konsumen 7 – Eleven wilayah Margonda Depok. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang berkunjung ke 7 – Eleven wilayah Margonda Depok. Dalam menentukan ukuran sampel rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah Roscoe dan didapat 100 responden untuk diuji. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, sumber data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur path analysis dan uji hipotesis menggunakan uji t dan F dengan tingkat kepercayaan 5% dengan menggunakan software SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa suasana toko berpengaruh signifikan terhadap emosi konsumen, dan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini juga menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara suasana toko terhadap keputusan pembelian secara tidak langsung melalui emosi konsumen. Begitu pula dengan emosi konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Suasana toko, Emosi Konsumen dan Keputusan Pembelian.

**ANALISIS THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE ON
PURCHASE DECISION THROUGH CUSTOMER EMOTIONS
AS AN INTERVENING VARIABLE IN 7 – ELEVEN AREA
MARGONDA DEPOK**

M. Lutfi Alfian Zauhari

Abstract

The design of the shop atmosphere in a retail store, especially on convenience store such as 7 – Eleven is very important. In order to provide the consumer stimulates positive emotions which certainly have an impact on their purchasing decisions. This study was conducted to examine the effect of the atmosphere of the store to the consumer purchasing decisions through emotion 7 – Eleven South Margonda Depok. The population in this study is the consumers who visit 7 – Eleven South Margonda Depok. In determining the sample size formulas used in this study Roscoe and obtained 100 respondents to be tested. The sampling technique used purposive sampling. Data used in this study are primary data, source data obtained from questionnaires. Data analysis method used is path analysis and hypothesis testing using t test and F with 5% confidence level, using SPSS software. The results showed that the atmosphere of the store significant effect on consumer emotions, significant influence on purchasing decisions. This study also showed a significant influence between the atmosphere shop to purchasing decision indirectly through consumer emotions. Similarly, the consumer emotions significantly influence the purchase decision.

Keyword : Store atmosphere, Consumer Emotions and purchase Decision