

ABSTRAK

Fakultas Pascasarjana
Program Studi S-2 Magister Manajemen
2024

Farhan Azziyad Fahman

210.2022.046

pengaruh *Sales Promotion*, dan *Shopping Lifestyle* terhadap *Impulsive Buying* Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel mediasi (Studi Kasus Pada Konsumen Remaja Alfa –X Margonda Depok).

101 halaman + xv halaman + 24 tabel + 4 gambar dan 4 lampiran

Uraian Abstrak

Melihat dari inovasi yang telah diberikan Alfa Group melalui Alfa X dengan menyatukan fasilitas seperti *working space*, *meeting room*, dan *coffe shop* dalam satu tempat membuat konsumen lebih nyaman untuk menghabiskan waktunya didalam Alfa-X dan hal tersebut dapat memicu terjadinya *impulsive buying* dalam pembelian berulang yang dilakukan konsumen dalam satu waktu atau dalam satu kali kunjungannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya bukti empiris mengenai pengaruh *Sales Promotion*, dan *Shopping Lifestyle* terhadap *Impulsive Buying* Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel mediasi (Studi Kasus Pada Konsumen Remaja Alfa –X Margonda Depok). Pada penelitian ini teknik analisis yang digunakan yaitu metode struktural Equation Model (SEM) *Partial Least Square (PLS)* yang diolah menggunakan *SmartPLS* versi 4.0. Responden pada penelitian ini yaitu konsumen remaja Alfa-X Margoda Depok yang berjumlah 110 responden dengan menggunakan model pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan instrument kuesioner untuk diberikan secara langsung dengan scan *qr code* yang memunculkan halaman google form. Dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa pada (1) *Sales Promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Emosi Positif, (2) *Shoppig Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Emosi Positif. (3) *Sales Promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying*. (4) *Shopping Lifestyle* tidak berpengaruh terhadap *Impulsive Buying*. (5) Emosi Positif berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying*. (6) Emosi Positif mampu memediasi pengaruh *Sales Promotion* terhadap *Impulsive Buying*. (7) Emosi Positif mampu memediasi pengaruhh *Shoppig Lifestyle* terhadap *Impulsive Buying*. Pada penelitian ini akan dapat dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi bagi Alfa X guna mendapatkan peningkatan penjualan melalui *impulsive buying*, maka dari itu Alfa X harus dapat menciptakan strategi promosi penjualan yang efektif untuk meningkatkan pengalaman belanja konsumen serta lebih memperhatikan pentingnya merancang program promosi penjualan yang tidak hanya murah hati dalam diskon dan penawaran tetapi juga menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan bagi konsumen sehingga pembelian secara impulsif akan meningkat.

Kata Kunci: *Sales Promotion*, *Shopping Lifestyle*, Emosi Positif, dan *Impulsive Buying*

ABSTRACT

**Graduate Faculty
Master of Management Study Program
2024**

Farhan Azziyad Fahman

210.2022.046

the influence of Sales Promotion, and Shopping Lifestyle on Impulsive Buying with Positive Emotions as a mediating variable (Case Study on Alfa -X Margonda Depok Teenage Consumers).

101 pages + xv pages + 24 tables + 4 pictures and 4 attachments

Abstract Description

Seeing the innovations that Alfa Group has provided through Alfa X by uniting facilities such as working space, meeting room, and coffee shop in one place makes consumers more comfortable to spend their time in Alfa-X and this can trigger impulsive buying in repeated purchases made by consumers at one time or in one visit. This study aims to determine the existence of empirical evidence regarding the effect of Sales Promotion, and Shopping Lifestyle on Impulsive Buying with Positive Emotions as a mediating variable (Case Study on Teenage Consumers Alfa -X Margonda Depok). In this study, the analysis technique used is the Structural Equation Model (SEM) Partial Least Square (PLS) method which is processed using SmartPLS version 4.0. Respondents in this study were teenage consumers of Alfa-X Margonda Depok, totaling 110 respondents using a sampling model, namely purposive sampling. The data was collected using a questionnaire instrument to be given directly by scanning the qr code which brings up the google form page. The results showed that (1) Sales Promotion has a positive and significant effect on Positive Emotions, (2) Shopping Lifestyle has a positive and significant effect on Positive Emotions. (3) Sales Promotion has a positive and significant effect on Impulsive Buying. (4) Shopping Lifestyle has no effect on Impulsive Buying. (5) Positive Emotions have a positive and significant effect on Impulsive Buying. (6) Positive Emotions are able to mediate the effect of Sales Promotion on Impulsive Buying. (7) Positive Emotions are able to mediate the effect of Shopping Lifestyle on Impulsive Buying. This research will be used as an evaluation material for Alfa X to get an increase in sales through impulsive buying, therefore Alfa X must be able to create an effective sales promotion strategy to improve the consumer shopping experience and pay more attention to the importance of designing sales promotion programs that are not only generous in discounts and offers but also create a pleasant and satisfying experience for consumers so that impulsive purchases will increase.

Keywords: Sales Promotion, Shopping Lifestyle, Positive Emotion, and Impulsive Buying