

## ABSTRAK

**Indah Permatasari, 2017; Pengaruh Lingkungan Toko Dan Motif Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif (Survei Pada Konsumen Ramayana *Department Store* Perumnas Klender). Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Setyo Ferry Wibowo SE, M.Si & Andrian Haro S.Si, MM**

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Mengetahui pengaruh positif lingkungan toko terhadap pembelian impulsif pada konsumen Ramayana *Department Store* Perumnas Klender. 2) Untuk mengetahui pengaruh motif hedonis terhadap pembelian impulsif pada konsumen Ramayana *Department Store* Perumnas Klender.

Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner. Objek penelitian ini adalah responden yang pernah berbelanja di Ramayana *Department Store* Perumnas Klender 1 – 2 kali dalam tiga bulan terakhir. Teknis analisis data menggunakan SPSS versi 24 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian.

Hasil dari penelitian ini adalah lingkungan toko memiliki pengaruh secara positif terhadap pembelian impulsif dan motif hedonis memiliki pengaruh positif terhadap pembelian impulsif.

Kata kunci : Lingkungan Toko, Motif Hedonis, Pembelian Impulsif, Ramayana, *Department Store*.

## ABSTRACT

**Indah Permatasari, 2017; *The Impact of Store Environment and Hedonic Motives to Impulsive Buying (Survey Consumer Of Ramayana Department Store Perumnas Klender)*. Skripsi, Jakarta: Marketing Management Concentration, Management Study Program, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory: Setyo Ferry Wibowo SE, M.Si & Andrian Haro S.Si, MM**

*The purpose of this research are: 1) To determine whether store environment affect positively to implsive buying in consumer of Ramayana department store Perumnas Klender 2) To determine whether hedonic motives affect positively to implsive buying in consumer of Ramayana department store Perumnas Klender .*

*In order to collecting data, this study using survey with questionnaire as it's instrument. Object of this study is respondents who have shopping at Ramayana department store Perumnas Klender 1 – 2 time in the last three months. To analyze and process the data, this study use SPSS Ver.24.*

*The result of this research is store environment positevely affect impulsive buying and hedonic motives positively affects impulsive buying.*

**Keywords:** *Store Environment, Hedonic Motives, Impulsive Buying, Ramayana, Department Store.*