

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*, *STORE ATMOSPHERE*
DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA
KONSUMEN GENERASI Z DELUNA BEAUTY STORE DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Diajukan Oleh:

Olvi Resifa Putri

2010521029

PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

MEI 2024

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*, *STORE ATMOSPHERE* DAN
SALES PROMOTION TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA KONSUMEN
GENERASI Z DELUNA BEAUTY STORE DI KOTA PADANG**

Skripsi oleh : Olvi Resifa Putri

Pembimbing: Suziana, SE, MM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *hedonic shopping motivation*, *store atmosphere*, dan *sales promotion* terhadap *impulse buying* pada konsumen generasi z Deluna Beauty Store di Kota Padang. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen generasi z berusia 21-29 tahun yang berbelanja secara langsung di Deluna Beauty Store di Kota Padang. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner secara langsung kepada 200 orang responden. Kuisioner diukur dengan menggunakan skala likert 1-5. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *non-probability* dengan metode *purposive sampling*. Pengelolaan data penelitian ini dilakukan dengan *software* SPSS versi 29. Teknik pengujian data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel *hedonic shopping motivation* dan *sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada konsumen generasi z Deluna Beauty Store di Kota Padang, dan variabel *store atmosphere* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *impulse buying* pada konsumen generasi z Deluna Beauty Store di Kota Padang

Kata kunci: *hedonic shopping motivation*, *store atmosphere*, *sales promotion*, *impulse buying*

