ABSTRAK

"Dampak Respon Lingkungan Berbelanja Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Blossom Factory Outlet Bandung
(Survei Pada Pelanggan Blossom Factory Outlet)"
Oleh Iyan Hardiyan
Di bawah Bimbingan Raeny Dwisanty SE.,M.Si

Dunia bisnis di era globalisasi ini menjadi sebuah tantangan bagi setiap dunia usaha untuk meningkatkan kinerja dan kualitas bisnisnya agar dapat bertahan dalam persaingan yang terus meningkat. Salah satu cara agar dapat merebut pangsa pasar tersebut adalah dengan mempertahankan pelanggan yang ada. Para pengusaha dihadapkan pada tantangan hidup yang lebih berat dalam menjalankan usahanya agar dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan serta mampu mengembangkan usaha-usaha yang telah dikelolanya. Dan jika dihubungkan dengan perilaku pembelian konsumen maka pihak perusahaan harus memperhatikan lingkungan sekitarnya. Kemampuan untuk menghabiskan uang membuat seseorang merasa berkuasa. Kadang konsumen merasa tidak yakin dengan keputusannya dalam membeli produk tertentu dan meminta bantuan dari pihak lain untuk menentukan produk apa yang harus dibeli. Tujuan penelitian ini yaitu: (1) untuk mengetahui tanggapan responden mengenai respon lingkungan berbelanja yang ada di Blossom Factory Outlet.(2) untuk mengetahui perilaku pembelian impulsif di Blossom Factory Outlet.(3) untuk mengetahui seberapa besar dampak respon lingkungan berbelanja terhadap perilaku pembelian impulsif di Blossom Factory Outlet.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan sampel sebanyak 100 orang yang merupakan pengunjung Blossom Factory Outlet, serta menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui model matematis, analisis korelasi *product moment (pearson)* untuk menghitung tingkat keeratan hubungan, analisis determinasi untuk mengetahui pengaruhnya. penulis menggunakan *software SPSS for windows* versi 13.0. untuk memudahkan dalam proses pengolahan data.

Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa persamaan regresi linier sederhana yaitu Y = 39,894 + 1,499. korelasi antara respon lingkungan berbelanja dengan perilaku pembelian impulsif adalah kuat dan memiliki hubungan yang positif. Besarnya dampak respon lingkungan berbelanja terhadap perilaku pembelian impulsive sebesar 43,9% dan sisanya sebesar 56,1% dipengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis seperti (1) harga produk yang ditawarkan, (2) tingkat pelayanan terhadap konsumen, (3) Persaingan yang semakin ketat dalam bisnis yang sama. Dengan demikian semakin baik respon lingkungan berbelanja akan semakin berdampak terhadap perilaku pembelian impulsif

Kata Kunci : *Store Environment,* Perilaku pembelian impulsif, Perilaku Konsumen