ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada konsumen The Oasis Factory Outlet Bandung. Fenomena yang terjadi adalah semakin berkembangnya usaha ritel salah satunya berbentuk *factory outlet,* banyak strategi yang dilakukan untuk menarik konsumen melakukan pembelian impulsif, seperti merubah *display* toko, menambah fasilitas yang lebih menyenangkan bagi konsumen. Namun The Oasis Factory Outlet kurang memperhatikan hal itu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *display* toko dan motivasi belanja hedonis terhadap pembelian impulsif pada konsumen The Oasis Factory Outlet Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di The Oasis Factory Outlet Bandung yang berjumlah 5500 dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengujian statistik yang digunakan adalah perhitungan korelasi *pearson,* analisis regresi, korelasi, koefisien determinasi, uji hipotesis, dan juga menggunakan bantuan program aplikasi *SPSS 17.0 for windows.*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelian impulsif di The Oasis Factory Outlet Bandung secara keseluruhan termasuk dalam kriteria baik, namun indikator *display* toko menunujukkan kriteria kurang baik karena kurangnya memperhatikan penyusunan dan kerapihan barang yang dipasang di depan toko. Sedangkan untuk variabel motivasi belanja hedonis termasuk dalam kategori baik. Namun untuk indikator *gratification shopping* termasuk dalam kategori cukup baik, hal ini dikarenakan fasilitas yang disediakan kurang memadai sehingga konsumen kurang nyaman ketika berada di The Oasis Factory Outlet Bandug. Pengaruh *display* toko dan motivasi belanja hedonis berdampak positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada konsumen The Oasis Factory Outlet Bandung. Kemudian dampak secara simultan lebih besar daripada secara parsial. Hal ini berarti *display* toko dan motivasi konsumen yang hedonis mampu membangkitkan konsumen untuk melakukan pembelian tak terencana.

Kata kunci: *display* toko, motivasi belanja hedonis, pembelian tak terencana.