ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada The Oasis Factory Outlet Bandung. Fenomena yang terjadi adalah kurangnya penciptaan suasana toko untuk menarik minat konsumen agar dapat berlama-lama dalam melihat-lihat produk yang terdapat dalam toko, sehingga tidak menciptakan pembelian dalam jumlah banyak.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui implementasi penciptaan suasana toko pengaruhnya terhadap konsumen dan agar dapat menciptakan pembelian yang melebihi kebutuhan yang diperlukan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelanjaan di The Oasis Factory Outlet Bandung dengan populasi sebanyak 5500 konsumen yang sering berbelanja tiap bulannya. Pengujian statistik yang digunakan adalah perhitungan korelasi *pearson*, analisis regresi, korelasi, koefisien determinasi, uji hipotesis, dan juga menggunakan bantuan program aplikasi *SPSS 13.0 for windows.*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelian impulsif di The Oasis Factory Outlet Bandung secara keseluruhan termasuk dalam kriteria baik, namun indikator variabel *store atmosphere* termasuk dalam kategori kurang baik karena fasilitas yang disediakan kurang memuaskan konsumen. Sedangkan variabel gaya hidup termasuk dalam kategori baik. Pengaruh *store atmosphere* dan gaya hidup berdampak positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada konsumen The Oasis Factory Outlet Bandung. Kemudian dampak secara simultan dan secara parsial.

Kata kunci: *store atmosphere*, gaya hidup, pembelian impulsif.