

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketersediaan waktu, faktor atmosfer, kehadiran orang lain, dan kesesakan toko terhadap perilaku pembelian impulsif dengan keadaan emosional dan *Mehrabian and Russell model* sebagai variabel intervening. Variabel independen dalam penelitian ini adalah ketersediaan waktu, faktor atmosfer, kehadiran orang lain, dan kesesakan toko dengan keadaan emosional sebagai variabel intervening dan perilaku pembelian impulsif sebagai variabel dependen. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Matahari Departement Store di Yogyakarta. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 166 responden yang dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling dan menggunakan teknik pengumpulan data *field survey*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS 17. Analisis pengujian kualitas instrument data dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji validitas, dan uji reliabilitas. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t-statistik dan Uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor atmosfer berpengaruh positif signifikan terhadap keadaan emosional dan kesesakan toko berpengaruh negatif signifikan terhadap keadaan emosional, serta keadaan emosional berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif. Hasil penelitian yang lain menunjukkan bahwa ketersediaan waktu dan kehadiran orang lain tidak mempengaruhi keadaan emosional.

Kata kunci: **Pembelian Impulsif, Faktor Lingkungan, Keadaan Emosional, Model Mehrabian dan Russell**

ABSTRACT

The research aims to analyze the influence of availability of time, atmospheric factors, presence of others, perceived crowding on impulse buying behavior with emotional states and Mehrabian and Russell model as intervening variable. The independent variable in this study is the time availability, atmospheric factors, presence of others, and perceived crowding with emotional states and mehrabian and russell model as intervening variable, and impulse buying behavior as a dependent variable. The object in this study is Matahari Departement Store in Yogyakarta. In this study, sample of 166 respondent were selected using purposive sampling and using field survey as a technique data collection. The data analysis technique in this research was conducted using multiple linear regression with SPSS 17 software. Analysis of quality testing instrument data in this study using normality test, validity, and reliability testing. The hypothesis used T-Test, F-Test, and Determinant Coefficient Test.

The results of the research showed that the atmospheric factors influences positive significant affect the emotional states and influences negative significant affect the emotional states, and emotional states influence on impulsive buying behavior. The results of another study showed that the time availability and the presence of others does not significant affect the emotional state.

Keywords: *Impulse Buying, Environmental Factors, Emotional States, Mehrabian and Russell's Model*