

ABSTRAK

Perkembangan usaha ritel di Semarang semakin ramai, mulai dari *minimarket*, *supermarket*, hingga *hypermarket*. Berkembangnya bisnis ritel tidak terlepas dari tuntutan kebutuhan masyarakat yang ingin serba praktis, nyaman, dan menghemat waktu. Dengan semakin berkembangnya inilah menyebabkan persaingan dalam usaha ritel sangatlah ketat. Konsumen yang merasa nyaman dengan lingkungan toko kemudian ditambah dengan motivasi *emotional* maka memungkinkan pembelian *impulsif* akan meningkat. Penelitian ini dilatar belakangi dengan ketatnya persaingan dalam industri ritel modern yang ada di Kota Semarang. Ini dikarenakan banyak wajah baru pemain ritel moden yang bermunculan.

Penelitian ini menggunakan lima variabel yaitu atmosfer toko, *price discount*, *sales person*, *emotional response*, dan *impulse buying*. Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan data sebanyak 100 responden. Obyek penelitian ini adalah konsumen *Hypermarket* Kota Semarang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan program software *Statistical Package for Social Science (SPSS) 20*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Atmosfer toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap *emotional response*. (2) *Price discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *emotional response*. (3) *Sales person* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *emotional response*. (4) *Emotional response* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.

Kata Kunci : *Atmosfer Toko, Price Discount, Sales Person, Emotional Response, Impulse Buying*