

ABSTRAK

PENGARUH SERVICESCAPE DAN SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP IMPULSIVE BUYING PADA KONSUMEN BRAND EXIT GIRL DI MATAHARI MANHATTAN TIME SQUARE MEDAN

Oleh

**TERESITA WINEVA MALAU
180311064**

Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat dan positivis, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

H1 hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa Servicescape memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Impulsive Buying pada konsumen Brand Exit Girl di Matahari Manhattan Time Square Medan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian yang dilakukan secara parsial (Uji-t) dengan menggunakan program SPSS dimana nilai thitung (3,345) > ttabel (1,661) dan nilai signifikan 0,001 < 0,05. H2 Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa Shopping Lifestyle memiliki pengaruh Matahari Manhattan Time Square Medan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian yang dilakukan secara parsial (uji-t) dengan menggunakan program SPSS dimana nilai thitung (3,44) > ttabel positif dan signifikan terhadap Impulsive Buying pada konsumen Brand Exit Girl di (1,661) dan nilai signifikan 0,001 < 0,05.

Kata Kunci: *Servicescape dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying*

Abstract

Service Escape and Shopping Lifestyle Influence on the Impulsive of the Brand Exit Girl Consumer at Manhattan's time square Terrain

By

Teresita Wineva Malau
180311064

Research methods based on philosophy and positivis. they are used to probe into certain populations and sample data collection using research instruments.

The h1 results from this study analysis show that servicescape has a positive and significant impact on the impulsive customer of the brand exit girl consumer in the Manhattan time square terrain. This can be seen from partial testing (uji-t) by using the SPSS program where a thitung value (3,345) was ttabel (1.661) and a significant value of 0.001 0.05. The results of this research analysis suggest that shopping lifestyle has the influence of the Manhattan time square terrain. This can be seen from partial testing done (uji-t) by using SPSS programs where a thitung value (3.44) positive and significant ttable for the brand exit girl in (1.661) and a significant value of 0.001 0.05.

Key words: servicescape and shopping lifestyle against Impulsive