

ABSTRAK

Firstania Jeany Salim (01011170367)

ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI DARI EMOSI POSITIF PELANGGAN PADA PERUSAHAAN SOGO DEPARTMENT STORE INDONESIA

(xvi + 117 halaman + lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi anteseden dan konsekuensi dari emosi positif pelanggan pada perusahaan Sogo Department Store Indonesia. Berdasarkan tujuan tersebut, muncul beberapa hipotesis yaitu: (1) Suasana Toko berpengaruh positif terhadap Emosi Konsumen; (2) Emosi Konsumen berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian; (3) Emosi Konsumen berpengaruh positif terhadap Niat Beli Kembali. Penelitian ini ditujukan kepada konsumen yang sudah pernah berbelanja di Sogo Department Store Indonesia dengan jumlah 260 responden yang terdiri atas 84 responden adalah pria dan 176 responden adalah wanita. Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner, yang terdiri dari 37 indikator. Pengujian terhadap kuesioner dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Alat yang digunakan dalam analisis data adalah PLS-SEM dengan program SmartPLS 3.2.4. Hasil temuan mengungkapkan bahwa, Suasana Toko berpengaruh positif terhadap Emosi Konsumen di Sogo Department Store, Emosi Konsumen berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian di Sogo Department Store, Emosi Konsumen berpengaruh positif terhadap Niat Beli Kembali di Sogo Department Store.

Referensi: 50

Kata kunci: Suasana Toko, Emosi Konsumen, Keputusan Pembelian, Niat Beli Kembali.