

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan Pengaruh *Store Atmosphere*, Gaya Hidup terhadap Perilaku *Impulse Buying* dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (pada Pelanggan Raisa *Boutique* Padang). Populai dalam penelitain ini adalah seluruh pelanggan Raisa *Boutique* dengan jumlah sampel 100 responden. Metode pengumpulan data melalui survey dan mengedarkan kusioner. Metode Analisis penelitian ini menggunakan analisis jalur.

Dari Penelitian ini diperoleh hasil sebagai berikut pada struktur I hasilnya *Store Atmosphere* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan. Terdapat pengaruh antara Gaya Hidup terhadap Kepuasan pelanggan. Pada struktur II hasilnya Terdapat pengaruh antara *Store Atmosphere* terhadap *Impulse Buying*. Tidak terdapat pengaruh antara Gaya Hidup terhadap *Impulse Buying*. Terdapat pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap *Impulse Buying* .Dari hasil pengaruh langsung dan tidak langsung Tidak Terdapat pengaruh antara *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* melalui Kepuasan sebagai variabel intervening.Terdapat pengaruh antara Gaya Hidup Terhadap *Impulse Buying* melalui Kepuasan sebagai variabel intervening.

**Kata kunci : *Store Atmosphere*, Gaya Hidup, *Impulse Buying* Dan Kepuasan**

## ***ABSTRACT***

This study aims to prove the effect of store atmosphere, lifestyle on impulse buying behavior with customer satisfaction as an intervening variable (at Raisa Boutique Padang customers). The population in this research are all customers of Raisa Boutique with a sample size of 100 respondents. Methods of data collection through surveys and distributing questionnaires. Methods of analysis of this study using path analysis.

From this research, the following results are obtained in structure I, the result of Store Atmosphere has no effect on Satisfaction. There is an influence between Lifestyle on Customer Satisfaction. In structure II the result There is an influence between Store Atmosphere on Impulse Buying. There is no influence between Lifestyle on Impulse Buying. There is an influence between customer satisfaction on Impulse Buying. From the result of direct and indirect influence There is no influence between Store Atmosphere on Impulse Buying through Satisfaction as an intervening variable.

***Keywords:* Store Atmosphere, Lifestyle, Impulse Buying and Satisfaction**