

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS AIRLANGGA**

**PROGRAM STUDI : EKONOMI ISLAM
DAFTAR No :**

**ABSTRAK
SKRIPSI SARJANA EKONOMI ISLAM**

**NAMA : NURUL FATHONAH WULANDARI
NIM : 040810272
TAHUN PENYUSUNAN : 2013**

JUDUL :

**Pengaruh Atmosfir Salon Islami Terhadap Emosi Konsumen dan
Approach Behavior Pada Moz5 Salon Muslimah di Surabaya**

ISI :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atmosfir salon Islami terhadap emosi konsumen dan *approach behavior* pada Moz5 Salon Muslimah di Surabaya. Objek dari penelitian ini adalah atmosfir salon Islami, emosi konsumen dan *approach behavior*, sedangkan subjek dari penelitian ini adalah Moz5 Salon Muslimah di Surabaya sebagai tempat melekatnya objek yang diteliti. Adapun dimensi dari variabel atmosfir salon Islami adalah dimensi desain, dimensi sosial, dan dimensi lingkungan/suasana. Sedangkan dimensi dari emosi konsumen adalah rasa senang, rasa gairah, dan rasa dominan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis jalur (*path analysis*). Sampel penelitian merupakan konsumen yang pernah melakukan perawatan di Moz5 Salon Muslimah sejumlah 100 responden. Kuesioner digunakan sebagai instrumen pengambilan data primer.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atmosfir salon Islami berpengaruh signifikan terhadap emosi konsumen dan emosi konsumen berpengaruh signifikan terhadap *approach behavior*. Sedangkan atmosfir salon Islami terhadap *approach behavior* berpengaruh langsung secara signifikan dan berpengaruh tidak langsung dengan adanya emosi konsumen sebagai intervening.

Kata kunci: atmosfir salon Islami, emosi konsumen, *approach behavior*