

## ABSTRAK

### ANALISIS PENGARUH NILAI HEDONIK DALAM BELANJA DAN GAYA HIDUP BELANJA PADA EMOSI POSITIF DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULS DI *DISTRO-DISTRO* SLEMAN

Marchelus Lenno

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta 2018

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari Nilai Hedonik Dalam Belanja pada Emosi Positif, Gaya Hidup Belanja pada Emosi Positif dan Emosi Positif pada Keputusan Pembelian Impuls pada *distro-distro* yang terletak di Demangan Baru, Sleman. Penelitian ini menggunakan 100 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dari Nilai Hedonik Dalam Belanja pada Emosi Positif, terdapat pengaruh positif dari Gaya Hidup Belanja pada Emosi Positif, dan tidak terdapat pengaruh dari Emosi Positif pada Keputusan Pembelian Impuls.

**Kata Kunci:** Nilai Hedonik Dalam Belanja, Gaya Hidup Belanja, Emosi Positif, Keputusan Pembelian Impuls.

**ABSTRACT**

***AN ANALYSIS ON THE EFFECT OF HEDONIC SHOPPING VALUE AND SHOPPING LIFESTYLE ON POSITIVE EMOTION AND IMPULSE BUYING DECISION AT DISTRIBUTION OUTLETS (DISTRO) IN SLEMAN***

Marchelus Lenno

Sanata Dharma University

Yogyakarta 2018

*This study aims to analyze the effect of Hedonic Shopping Value on Positive Emotion, Shopping Lifestyle on Positive Emotion and Positive Emotion on Impulse Buying Decision at distro located in Demangan Baru, Sleman. This study used 100 respondents. The analysis techniques used in this research were multiple linear regression analysis and simple linear regression analysis. The results show that there is a positive effect of Hedonic Shopping Value on Positive Emotion, there is a positive influence of the Shopping Lifestyle on Positive Emotion, and there is no effect of Positive Emotion on Impulse Buying Decision.*

***Keywords: hedonic shopping value, shopping lifestyle, positive emotion, impulse buying decision.***