

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP BERBELANJA DAN MOTIF
BERBELANJA HEDONIK PADA PEMBELIAN IMPULS DENGAN
EMOSI POSITIF SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI**

Agnes Oktasela Pina Rosalia
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2019

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh: 1) gaya hidup berbelanja pada emosi positif, 2) motif berbelanja hedonik pada emosi positif, 3) emosi positif pada pembelian impuls, 4) gaya hidup berbelanja dan motif berbelanja hedonik pada pembelian impuls dengan dimediasi oleh emosi positif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Dynasty Fashion dan Glamour Fashion di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) gaya hidup berbelanja berpengaruh positif pada emosi positif, 2) motif berbelanja hedonik berpengaruh positif pada emosi positif, 3) emosi positif berpengaruh positif pada pembelian impuls, 4) emosi positif memediasi pengaruh gaya hidup berbelanja dan motif berbelanja hedonik pada pembelian impuls.

Kata kunci: gaya hidup berbelanja, motif berbelanja hedonik, emosi positif, pembelian impuls.

**AN ANALYSIS ON THE INFLUENCE OF SHOPPING LIFESTYLE AND
HEDONIC SHOPPING MOTIVES ON IMPULSE BUYING WITH
POSITIVE EMOTION AS A MEDIATING VARIABLE**

Agnes Oktasela Pina Rosalia
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2019

This study aims at determining the influence of: 1) shopping lifestyle on positive emotion, 2) hedonic shopping motives on positive emotion, 3) positive emotion on impuls buying, 4) and shopping lifestyle and hedonic shopping motives on impulse buying mediated by positive emotion. Population in this research is all consumers of Dynasty Fashion and Glamour Fashion. Sampling technique employed is purposive sampling. Data were obtained by distributing questionnaires to 100 respondents. The results showed that: 1) shopping lifestyle positively influences positive emotion, 2) hedonic shopping motives positively influences positive emotion, 3) positive emotion positively influences impuls buying, 4) positive emotion mediates the influence of shopping lifestyle and hedonic shopping motives on impulse buying.

Keyword: shopping lifestyle, hedonic shopping motives, positive emotion, impuls buying