

ABSTRAK

Devi Riska Lisa Prihati, Nomor Mahasiswa 152140111, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh *Hedonic Shopping Motives* terhadap *Shopping Lifestyle* dan dampaknya pada *Impulse Buying*” (Studi pada Pelanggan Uniqlo di Hartono Mall Yogyakarta), 2018. Dosen Pembimbing I Saaptika Kancana, SS, M.Si dan Dosen Pembimbing II Dr. Sadeli, M.Si.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Hedonic Shopping Motives* terhadap *Shopping Lifestyle* dan dampaknya pada *Impulse Buying* pada Pelanggan Uniqlo di Hartono Mall Yogyakarta. Penelitian menggunakan tipe *explanatory* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Uniqlo Hartono Mall Yogyakarta. Ukuran sampel pada penelitian ini 68 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Non Probability Sampling*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, analisis statistik inferensial, uji hipotesis dan uji sobel yang menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*) dan teknik analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Hedonic Shopping Motives* berpengaruh signifikan terhadap *Shopping Lifestyle* dengan nilai sig $0,000 < 0,10$. Ada pengaruh signifikan dari variabel *Shopping Lifestyle* terhadap *Impulse Buying* dengan nilai sig $0,002 < 0,10$. Ada pengaruh signifikan dari variabel *Hedonic Shopping Motives* terhadap *Impulse Buying* dengan nilai sig $0,037 < 0,10$. Ada pengaruh mediasi dari *Hedonic Shopping Motives* terhadap *Impulse Buying* melalui *Shopping Lifestyle* dengan nilai sig $0,432 < 1,7872$.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, Uniqlo Hartono Mall Yogyakarta harus mempertahankan desain dari produk mereka yang *up to date* dan mengikuti trend pada era sekarang, meningkatkan strategi pemasaran produk khususnya di daerah Yogyakarta karena Uniqlo tergolong baru berdiri di Yogyakarta, dan juga Uniqlo Hartono Mall Yogyakarta harus meningkatkan promosi-promosi penjualan yang menambah daya beli konsumen yang sudah pernah membeli produk Uniqlo atau konsumen yang belum pernah membeli produk Uniqlo di Hartono Mall Yogyakarta.

Kata Kunci : *Hedonic Shopping Motives, Shopping Lifestyle, dan Impulse Buying.*