

ABSTRAKSI

Chindy Cherly Indarni, Nomor Mahasiswa 152160036, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* dan *Sales Promotion* Terhadap *Positive Emotion* Serta Dampaknya Pada *Impulse Buying*” (Studi pada Miniso Malioboro Mall Yogyakarta). Dosen Pembimbing Susanta dan Lukmono Hadi.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* dan *Sales Promotion* Terhadap *Positive Emotion* Serta Dampaknya Pada *Impulse Buying*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Miniso Malioboro Mall Yogyakarta. Ukuran sampel pada penelitian ini 69 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dengan *Purposive Sampling* untuk populasi tak terhingga. Teknik analisis data menggunakan Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Statistik Inferensial yang menggunakan metode statistik *Structural Equation Modelling* menggunakan *SmartPLS 3.0*.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *Hedonic Shopping Motivation* berpengaruh signifikan terhadap *Positive Emotion*, *Sales Promotion* berpengaruh signifikan terhadap *Positive Emotion*, *Hedonic Shopping Motivation* berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying*, *Sales Promotion* berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying*, *Positive Emotion* berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying*.

Berdasarkan hasil penelitian, Miniso Malioboro Mall Yogyakarta harus memperhatikan stimulus-stimulus yang digunakan guna meningkatkan penjualan. Cara yang dilakukan adalah antara lain yaitu dengan memberikan rangsangan-rangsangan yang bisa membuat konsumen merasa senang dengan produk, layanan, maupun promosi penjualan yang diberikan oleh Miniso sehingga mendorong konsumen untuk melakukan *Impulse Buying* saat berada di dalam Miniso Malioboro Mall Yogyakarta.

Kata kunci : *Hedonic Shopping Motivation*, *Sales Promotion*, *Positive Emotion*, dan *Impulse Buying*.