

PENGARUH MOTIF HEDONIS, KETERTARIKAN *FASHION*, DAN EMOSI POSITIF TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK *FASHION* DENGAN PROMOSI PENJUALAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING

(Studi pada Pelanggan Parkson Departement Store di Yogyakarta)

JASMINE AZHARI FINDRA KENDAGA NIM. 141160105

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Motif Hedonis, Ketertarikan Fashion, dan Emosi Positif terhadap Pembelian Impulsif produk *fashion* dengan Promosi Penjualan sebagai variabel moderating (Studi pada pelanggan Parkson Departement Store di Yogyakarta). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan kuantitatif dengan menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu penelitian dengan teknik pengambilan sampel secara kebetulan namun tetap sesuai dengan tujuan penelitian. Sampel yang diteliti yaitu berjumlah 122 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner menggunakan *google form*. Untuk menguji hipotesis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan teknik analisis berbasis pada *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Motif hedonis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif produk *fashion*, 2) Ketertarikan *fashion* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif produk *fashion*, 3) Emosi positif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif produk *fashion*, 4) Promosi penjualan dapat memperkuat pengaruh motif hedonis secara positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif produk *fashion*, 5) Promosi penjualan dapat memperkuat pengaruh ketertarikan *fashion* secara positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif produk *fashion*, dan 6) Promosi penjualan dapat memperkuat pengaruh emosi positif secara positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif produk *fashion*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan Parkson Departement Store dalam mempromosikan produk *fashion* dengan memperhatikan perilaku konsumennya sehingga dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian pada produk mereka.

Kata kunci : Motif Hedonis, Ketertarikan Fashion, Emosi Positif, Promosi Penjualan, Pembelian Impulsif