

ABSTRAK

IMPLIKASI NILAI HEDONIK MELALUI EMOSI POSITIF, KEPERIBADIAN DAN MOTIVASI TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA PRODUK *FASHION* (STUDI PADA KONSUMEN CENTRAL PLAZA KOTA BANDAR LAMPUNG)

Konsumen adalah asset penting dalam suatu perusahaan bisnis. Ada yang menarik dari perilaku konsumen di Indonesia, sebagian besar konsumen yang membelanjakan uang mereka di sebuah *Department Store* mengalami *impulse buying* (pembelian tak terencana) terutama saat berbelanja produk *fashion*, kecenderungan berbelanja produk *fashion* secara impulsif sangat didominasi oleh wanita. Penelitian ini mencoba untuk mengetahui faktor-faktor internal yang dapat mempengaruhi *impulse buying* seperti Nilai Hedonik, Emosi Positif, Kepribadian dan Motivasi. Penelitian ini menggunakan satu variabel independen yaitu Nilai Hedonik (X), variabel mediasi yaitu Emosi Positif (Z1), Kepribadian (Z2), Motivasi (Z3) dan *impulse buying* sebagai variabel dependennya (Y). Setelah dilakukan tinjauan pustaka, dan penyusunan hipotesis, data dikumpulkan melalui metode kuesioner yang disebar kepada 100 orang responden di Central Plaza Kota Bandar Lampung yang sedang berbelanja produk *fashion* dengan menggunakan *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Sedangkan analisis dilakukan dengan pengolahan data menggunakan *SmartPLS versi 2.0.m3* yang dijalankan dengan media komputer. Hasil tes *SmartPLS* menunjukkan bahwa emosi positif dan motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap *impulse buying*. Sementara kepribadian dan nilai hedonik tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *impulse buying*. Dari tujuh hipotesis, empat dari tujuh hipotesis berpengaruh signifikan, dan dua dari tujuh hipotesis tidak signifikan. Untuk penelitian selanjutnya perlu ditambahkan lagi faktor-faktor yang mempengaruhi impulsif selain faktor internal yang ada dalam penelitian ini, untuk semakin menyempurnakan pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif.

Kata Kunci: *Impulse buying*, nilai hedonik, emosi positif, kepribadian, dan motivasi.