

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh motivasi berbelanja hedonis, gaya hidup berbelanja, dan lingkungan toko terhadap pembelian impulsif melalui emosi positif pelanggan Matahari Department Store di Kota Semarang.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah datang dan membeli produk Matahari Department Store di Kota Semarang. Sampel yang digunakan sebanyak 120 responden. Teknik pengumpulan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan studi kepustakaan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan alat analisis AMOS 23.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi berbelanja hedonis, gaya hidup berbelanja, dan lingkungan toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap emosi positif. Selain itu motivasi berbelanja hedonis, gaya hidup berbelanja, lingkungan toko, dan emosi positif juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif.

**Kata kunci:** Motivasi berbelanja hedonis, gaya hidup berbelanja, lingkungan toko, emosi positif, pembelian impulsif