

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup hedonis (*hedonic shopping motives*), emosi positif (*positive emotion*), dan keterlibatan konsumen terhadap *fashion (fashion involvement)* terhadap pembelian tidak terencana (*impuls buying*) di gerai fashion PHY Shop Kudus. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di gerai fashion PHY Shop Kudus. Sampel yang diambil sebanyak 75 responden dengan menggunakan metode *probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert 5 poin untuk 36 pertanyaan. Variabel penelitian ini menggunakan 2 variabel yaitu variabel dependen, dan variabel independen. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda dengan menggunakan program komputer SPSS 16.00. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa melalui uji F (secara simultan) terdapat pengaruh secara bersama-sama *hedonic shopping value*, *positive emotion*, dan *fashion involvement* terhadap *impuls buying*. Sedangkan melalui uji t (secara parsial) variabel *hedonic shopping motives* tidak berpengaruh terhadap *impuls buying*. Variabel *positive emotion* tidak berpengaruh terhadap *impuls buying*. Variabel *fashion involvement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impuls buying*.

Kata kunci : *Hedonic Shopping Motives, Positive Emotion, Fashion Involvement, Impuls Buying.*