

ABSTRAK

UNIQLO, yang tadinya merupakan salah satu brand raksasa yang bergerak di bidang ritel pakaian tengah mengalami penurunan penjualan. Tindakan untuk meningkatkan penjualan adalah dengan meningkatkan keputusan pembelian impulsif. Meningkatkan pembelian impulsif dapat dipengaruhi oleh suasana toko dan motivasi belanja hedonis. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi pengaruh suasana toko dan motivasi belanja hedonis terhadap pembelian impulsif, menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) pada konsumen UNIQLO DP Mall Semarang.

Metode penelitian ini menggunakan *Analisis Structural Equation* model, dengan populasinya adalah masyarakat di kota Semarang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden, dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik *non-probability sampling*.

Penelitian ini menemukan hasil penelitian yaitu suasana toko tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan keputusan pembelian impulsif. motivasi belanja hedonis berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian impulsif. suasana toko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi belanja hedonis, penataan suasana toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian impulsif secara tidak langsung. Saran untuk penelitian selanjutnya agar hasil penelitian memiliki hasil yang lebih akurat yaitu memperluas ukuran sampel, menggunakan metode pengumpulan data yang lebih kuat, menerapkan desain penelitian longitudinal, mempertimbangkan faktor eksternal.

Kata kunci: Suasana Toko, Motivasi Belanja Hedonis, Pembelian Impulsif.