

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh motivasi belanja hedonis yang terdiri dari *adventure shopping*, *idea shopping*, *value shopping*, *social shopping* dan *relaxation shopping* terhadap pembelian impulsif pada Shopee.co.id.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIESIA Surabaya yang pernah melakukan pembelian impulsif di Shopee.co.id. penelitian ini menggunakan *purposive sampling* sebagai metode dalam menentukan sampel yang digunakan sehingga diperoleh sebanyak 98 sampel penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini adalah motivasi belanja hedonis sedangkan pembelian impulsif sebagai variabel dependen. Pada penelitian ini menggunakan jenis data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *adventure shopping*, *idea shopping*, *value shopping* dan *relaxation shopping* berpengaruh signifikan dan positif terhadap pembelian impulsif pada Shopee.co.id. Sedangkan *social shopping* berpengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap pembelian impulsif pada Shopee.co.id.

Kata Kunci: Motivasi Belanja Hedonis, Pembelian Impulsif, Shopee.



ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of hedonist shopping motivation which consist of adventure shopping, idea shopping, value shopping, social shopping, and relaxation shopping on the impulsive buying of Shopee.co.id.

The research was quantitative research. Moreover, the population was students of STIESIA Surabaya who had ever had impulsive buying at Shopee.co.id. Furthermore, the data collection technique used a purposive sampling technique. In line with, there were 98 respondents as the sample. Besides, the independent variable of this research used hedonist shopping motivation while the impulsive buying was the dependent variable. Additionally, the data were primary with questionnaires as the instrument in data collection technique. In addition, the data analysis technique used multiple linear regression analysis with SPSS.

The research result concluded that adventure shopping, idea shopping, value shopping, and relaxation shopping had a positive and significant effect on the impulsive buying at Shopee.co.id. On the other hand, social shopping had a negative and insignificant effect on the impulsive buying at Shopee.co.id.

Keywords: Hedonist Shopping Motivation, Impulsive Buying, Shopee.

