

ABSTRAK

PERILAKU *IMPULSE BUYING* DI TOKO *ONLINE SHOPEE* DENGAN FAKTOR *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*, *PRICE DISCOUNT* DAN PEMBAYARAN ELEKTRONIK

Oleh
RINI SEPTIANA

Fenomena belanja *online* telah menyebabkan munculnya perilaku *impulse buying*. Faktor yang menstimulus konsumen dalam melakukan pembelian impulsif adalah perilaku hedonis, potongan harga dan kemudahan dalam bertransaksi melalui metode pembayaran elektronik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *hedonic shopping motivation*, *price discount* dan pembayaran elektronik terhadap *impulse buying* pada toko *online* Shopee di Bandar Lampung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan data yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarikan kepada 165 responden. Hasil penelitian ini, secara parsial menunjukkan bahwa *hedonic shopping motivation* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*. *Price discount* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*. Sementara, pembayaran elektronik tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*. Secara simultan *hedonic shopping motivation*, *price discount* dan pembayaran elektronik berpengaruh yang signifikan terhadap *impulse buying*.

Kata kunci: *Impulse Buying*, *Hedonic Shopping Motivation*, *Price Discount*
Pembayaran Elektronik, dan Shopee