

ABSTRAK

Fani Zayusman (2017/17059275) : Pengaruh *Hedonic Shopping Value* dan *Shopping Lifestyle* terhadap *Impulse Buying* pada Pelanggan Tokopedia di Kota Padang.

Pembimbing : Whyosi Septrizola, SE., MM

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *hedonic shopping value* dan *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* pada pelanggan Tokopedia di Kota Padang secara parsial maupun simultan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausalitas. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk di Tokopedia dengan jumlah sampel sebesar 100 dan teknik sampling yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini adalah *hedonic shopping value* dan *shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada pelanggan Tokopedia di Kota Padang secara simultan sebesar 58,1 sedangkan sisanya sebesar 41,9% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel *hedonic shopping value* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* sedangkan *shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada pelanggan Tokopedia di Kota Padang.

Kata Kunci : Impulse Buying, Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle.