

Muhammad Sulthan al Thoriq 2017/17059193 : Pengaruh *Online Behavioural Advertising, Hedonic Shopping, dan Shopping Lifestyle Terhadap Impluse Buying* pada *E-Commerce Tokopedia Di Kota Padang.*

Dosen Pembimbing : Vidyarini Dwita S.E, M.M, Ph.D

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menguji : (1) adanya pengaruh *online behavioural advertising* terhadap *impulse buying* (2) adanya pengaruh *hedonic shopping* terhadap *impulse buying* (3) adanya pengaruh *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* terhadap pembelian produk di aplikasi *E-Commerce Tokopedia* di Kota Padang. Jenis penelitian ini merupakan penelitian adalah kuantitatif dengan model desain penelitian *Purposive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel konsumen *E-Commerce Tokopedia* di Kota Padang dengan jumlah sampel sebanyak 232 responden. Penelitian ini menggunakan data primer yang sebaran kepada konsumen *E-Commerce Tokopedia* di Kota Padang yang berbelanja secara *impulse buying*. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan kuantitatif melalui regresi berganda pada software SPSS 16.0. Hasil penelitian tersebut yaitu : (1) *online behavioural advertising* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* (2) *hedonic shopping* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* (3) *shopping lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* terhadap pembelian produk di aplikasi *E-Commerce Tokopedia* di Kota Padang.

Kata Kunci : *impulse buying, online behavioural advertising, hedonic shopping, shopping lifestyle, e-commerce.*