

ABSTRAK

Pengaruh Promosi dan Shopping Enjoyment terhadap Impulse Buying melalui Browsing Sebagai Variabel Mediasi pada E-Commerce JD.ID di Kota Padang

Oleh: Sintia Rahma Yunita

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis 1) pengaruh promosi terhadap *impulse buying* pada *e-commerce* JD.id di Kota Padang, 2) pengaruh *shopping enjoyment* terhadap *impulse buying* pada *e-commerce* JD.id di Kota Padang, 3) pengaruh *shopping enjoyment* terhadap *browsing* pada *e-commerce* JD.id di Kota Padang, 4) pengaruh *browsing* terhadap *impulse buying* pada *e-commerce* JD.id di Kota Padang, dan 5) pengaruh *shopping enjoyment* terhadap *impulse buying* melalui *browsing* sebagai variabel *mediasi* pada *e-commerce* JD.id di Kota Padang.

Penelitian ini termasuk penelitian kausatif. Populasi penelitian adalah masyarakat kota Padang yang sudah pernah berbelanja menggunakan *E-Commerce* JD.id. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sebanyak 97 responden. Instrumen yang digunakan yaitu angket. Metode analisis menggunakan uji jalur (*Path Analysis*) dengan menggunakan SPSS 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) promosi berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*, 2) *shopping enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *browsing*, 3) *shopping enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*, 4) *browsing* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*, 5) *shopping enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* melalui *browsing* sebagai variabel mediasi.

Kata kunci : **Shopping Enjoyment, Impulse Buying.**