

ABSTRAK

Nama : Rosniar
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Nilai Utilitarian, Nilai Emosional Dan Kepercayaan Yang Dirasakan Terhadap Pembelian Impulsif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Nilai Utilitarian, Nilai Emosional Dan Kepercayaan Yang Dirasakan Terhadap Pembelian Impulsif. Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui metode survei menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Responden dalam penelitian ini adalah 150 konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda menggunakan perangkat lunak SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial nilai utilitarian berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif Pada *e-commerce* di Kota Lhokseumawe, Secara parsial nilai emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif Pada *e-commerce* di Kota Lhokseumawe. Secara parsial kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif Pada *e-commerce* di Kota Lhokseumawe.

Kata Kunci : Nilai Utilitarian, Nilai Emosional, Kepercayaan Yang Dirasakan, Pembelian Impulsif

ABSTARCT

Name : Rosniar
Study Program : Manajemen
Title : The influence of utilitarian value, emotional value, and perceived trust on impulsive buying..

This study aims to analyze the influence of utilitarian value, emotional value, and perceived trust on impulsive buying. Data for this research were collected through a survey method using a questionnaire as the data collection instrument. The respondents in this study comprised 150 consumers. This research employs a quantitative approach with multiple linear regression analysis using SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) software. The results of the study indicate that partially, utilitarian value has a positive and significant influence on impulsive buying on e-commerce platforms in Lhokseumawe. Similarly, emotional value has a positive and significant influence on impulsive buying on e-commerce platforms in Lhokseumawe. Additionally, perceived trust has a positive and significant influence on impulsive buying on e-commerce platforms in Lhokseumawe

Keyword: Utilitarian Value, Emotional Value, And Perceived Trust, Impulsive Buying.

