

ABSTRAK

Nama : Dara Ayu Siregar
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Price Discount*, *Hedonic Shopping Motivation*
Dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulse Buying* Produk
Fashion Pada *Shopee Live* (Studi Pada Mahasiswa
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *price discount*, *hedonic shopping motivation* dan *shopping lifestyle* terhadap produk *fashion* pada *shopee live*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah melakukan *impulse buying* produk *fashion* pada *shopee live*. Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Data primer dalam penelitian ini diambil dengan cara angket atau menyebarkan kuesioner, dan data sekunder yang diperoleh dari jurnal dan media internet. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji instrument (validitas dan reliabilitas), pengujian hipotesis dan koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS versi 26.0. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan *price discount*, *hedonic shopping motivation* dan *shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap produk *fashion* pada *shopee live* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Secara persial, masing masing variabel yaitu *price discount*, *hedonic shopping motivation* dan *shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* produk *fashion* pada *shopee live*. *Hedonic shopping motivation* merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi *impulse buying* produk *fashion* pada *shopee live* di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Nilai *adjusted R square* sebesar 0,623 yang diperoleh variabel terikat, dapat dijelaskan oleh variabel bebas yaitu *price discount*, *hedonic shopping motivation* dan *shopping lifestyle* sebesar 62,3% sedangkan sisanya 37,7% dapat dijelaskan oleh variabel laian yang tidak di teliti oleh peneliti ini.

Kata kunci : *Price Discount*, *Hedonic Shopping Motivation*, *Shopping Lifestyle*,
Impulse Buying.

ABSTRACT

Nama : Dara Ayu Siregar
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Price Discount, Hedonic Shopping Motivation*
Dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulse Buying* Produk
Fashion Pada *Shopee Live* (Studi Pada Mahasiswa
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh)

The purpose of this research is to determine and analyze the influence of price discounts, hedonic shopping motivation and shopping lifestyle on fashion products on Shopee Live. The population in this study were active students at the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University. The sample in this study were students who had impulse bought fashion products on Shopee Live. The number of respondents used in this research was 100 people. Primary data in this research was taken by means of a questionnaire or distributing questionnaires, and secondary data was obtained from journals and internet media. The data analysis technique used is the multiple linear regression analysis method, classical assumption testing, instrument testing (validity and reliability), hypothesis testing and coefficient of determination using the SPSS version 26.0 program. This type of research is quantitative research. The results of this research show that simultaneously price discounts, hedonic shopping motivation and shopping lifestyle have a positive and significant effect on fashion products on Shopee Live among students at the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University. In particular, each variable, namely price discount, hedonic shopping motivation and shopping lifestyle, has a positive and significant effect on impulse buying of fashion products on Shopee Live. Hedonic shopping motivation is the most dominant variable influencing impulse buying of fashion products on Shopee Live at the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University. The adjusted R square value of 0.623 obtained by the dependent variable can be explained by the independent variables, namely price discount, hedonic shopping motivation and shopping lifestyle, amounting to 62.3%, while the remaining 37.7% can be explained by other variables which were not examined by this researcher.

Keywords : *Price Discount, Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Impulse Buying.*