

## ABSTRAK

### **Pengaruh Motivasi Hedonis Dan Diskon Harga Terhadap Pembelian Impulsif Pada *Marketplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Kadiri)**

**Devita Maya Kholida**

**Email:** [devitamaya265@gmail.com](mailto:devitamaya265@gmail.com)

*Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri*

Dosen Pembimbing :

Dr. Budi Rahayu, S.E., M.M

Desi Kristanti S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi hedonis dan diskon harga terhadap pembelian impulsif pada *marketplace* shopee. Studi kasus dilakukan pada mahasiswa Universitas Kadiri. Data diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner secara *online* melalui *Google Form*. Sampel yang diteliti dalam penelitian ini sebanyak 30 responden yang diambil berdasarkan Teori Roscoe. dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* karena populasi yang diambil berdasarkan kriteria tertentu, yaitu mahasiswa Universitas Kadiri yang pernah berbelanja pada *marketplace* shopee setidaknya 2 kali. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Motivasi hedonis tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif pada *marketplace* shopee, (2) Diskon harga memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif pada *marketplace* shopee, dan (3) Motivasi hedonis dan Diskon harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif pada *marketplace* shopee.

**Kata Kunci :** Motivasi Hedonis, Diskon Harga, Pembelian Impulsif

## ABSTRAK

### **The Effect of Hedonic Motivation and Price Discounts on Impulsive Purchases in the *Marketplace* (Study of Kadiri University Students)**

**Devita Maya Kholida Email:  
devitamaya265@gmail.com**

*Faculty of Economics, University of Kadiri*

Supervisor :

Dr. Budi Rahayu, S.E., M.M

Desi Kristanti S.E., M.M

This study aims to determine the effect of hedonic motivation and price discounts on impulse purchases on the *marketplace* shopee. The case study was conducted on Kadiri University students. Data was obtained by distributing *online* via *Google Form*. The sample studied in this study were 30 respondents who were taken based on Roscoe's Theory, with a *purposive sampling technique* because the population is taken based on certain criteria, namely Kadiri University students who have shopped at the *marketplace* shopee. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that (1) hedonic motivation does not have a significant effect on impulse buying on the *marketplace*, (2) price discounts have a significant effect on impulse purchases on the *marketplace*, and (3) hedonic motivation and price discounts simultaneously have a significant effect on impulse buying on the *marketplace* shopee.

***Keywords:*** *Hedonic Motivation, Price Discounts, Impulsive Buying*