

ABSTRAK

Pengaruh *Shopping Enjoyment* dan *Price Discount* Terhadap *Impulsive Buying* Pada *Marketplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa di Kota Kediri)

Nama Mahasiswa: Erika Ardita

Email: erikaardta24@gmail.com

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing: 1. Nindi Vaulia Puspita S.E, M.M
2. Wahyu Dede Gustiawan S.E, M.BA

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kenikmatan berbelanja terhadap pembelian *impulsif*, untuk mengetahui pengaruh diskon harga terhadap pembelian *impulsif* dan untuk mengetahui pengaruh kenikmatan berbelanja dan diskon harga terhadap pembelian *impulsif* di *markertplace* shopee (Studi pada pelajar di Kediri Kota). Jenis penelitian analisis deskriptif digunakan dengan metode penelitian kuantitatif dalam jenis penelitian ini. Penelitian ini dilakukan di Kota Kediri, Jawa Timur. Dengan sampel sebanyak 96 responden, penelitian ini berfokus pada pelajar yang tinggal di Kota Kediri yang melakukan pembelian di pasar Shopee. Strategi pengambilan sampel memadukan pendekatan purposive sampling dengan kriteria yang ditentukan peneliti dengan rumus Lemeshow. Uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji t, uji F, koefisien determinasi) merupakan teknik analisis data yang digunakan. Alat pengolah data menggunakan SPSS versi 23. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pembelian impulsif tidak banyak dipengaruhi oleh kenikmatan berbelanja, pembelian *impulsif* yang dilakukan di pasar shopee tidak banyak dipengaruhi oleh diskon harga, dan kenikmatan berbelanja dan diskon harga secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang besar. dampak besar pada pembelian *impulsif*. (studi pada pelajar di Kota Kediri).

Kata Kunci: *Shopping Enjoyment, Price Discount, Impulsive Buying.*

ABSTRACT

The Effect Of Shopping Enjoyment And Price Discount On Impulsive Buying In The Shopee Marketplace (Study On Students In Kediri City)

Student Name: Erika Ardita

Email: erikaardta24@gmail.com

Management Study Program

Faculty of Economics and Business, University of Kediri

Lecture: 1. Nindi Vaulia Puspita S.E, M.M
2. Wahyu Dede Gustiawan S.E, M.BA

The purpose of this study was to determine the effect of shopping enjoyment on impulsive purchases, to determine the effect of price discounts on impulsive purchases and to determine the effect of shopping enjoyment and price discounts on impulsive purchases in the Shopee marketplace (Study on students in Kediri City). The type of descriptive analysis research is used with quantitative research methods in this type of research. This research was conducted in Kediri City, East Java. With a sample of 96 respondents, this study focused on students living in Kediri City who made purchases at the Shopee market. The sampling strategy combines a purposive sampling approach with criteria determined by the researcher with the Lemeshow formula. Validity test, reliability test, multiple linear regression test, classical assumption test (normality, multicollinearity, heteroscedasticity), and hypothesis test (t test, F test, coefficient of determination) are data analysis techniques used. The data processing tool uses SPSS version 23. The findings of the study indicate that impulsive purchases are not greatly influenced by shopping enjoyment, impulsive purchases made at the Shopee market are not greatly influenced by price discounts, and shopping enjoyment and price discounts together have a large influence. major impact on impulsive buying. (study on students in Kediri City).

Keywords: Shopping Enjoyment, Price Discount, Impulsive Buying.