

ABSTRAK

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS DAN *SHOPPING LIFESTYLE*
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA *MARKETPLACE* SHOPEE
DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Pada Mahasiswa/i UIN Raden Fatah Palembang)**

**HASTIRA MAULINA SARI
2020602057**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh motivasi belanja hedonis dan *shopping lifestyle* terhadap pembelian impulsif pada *marketplace* Shopee. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa aktif UIN Raden Fatah Palembang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 99 responden yang dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden yang pernah melakukan pembelian pada *marketplace* Shopee dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan melakukan olah data dari data primer yang didapatkan langsung dari responden melalui kuesioner yang dibagikan melalui *googleform* dengan melakukan beberapa uji dan analisis data yaitu terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) dengan menggunakan bantuan aplikasi pengolahan data yaitu SPSS versi 26. Dari uji yang telah dilakukan menunjukkan hasil bahwa variabel motivasi belanja hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada *marketplace* Shopee. Pada variabel *shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada *marketplace* Shopee.

Kata Kunci: Motivasi belanja hedonis, *Shopping lifestyle*, Pembelian impulsif, *Marketplace* Shopee.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF HEDONIC SHOPPING MOTIVATION AND SHOPPING LIFESTYLE ON IMPULSIVE BUYING IN THE SHOPEE MARKETPLACE REVIEWED FROM AN ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE

(Case Study of Students at UIN Raden Fatah Palembang)

**HASTIRA MAULINA SARI
2020602057**

This research was conducted to determine the influence of hedonic shopping motivation and shopping lifestyle on impulse purchases on the Shopee marketplace. The population used in this research were active students at UIN Raden Fatah Palembang. The sample used in this research was 99 respondents which the researchers rounded up to 100 respondents who had made purchases on the Shopee marketplace using a purposive sampling technique. The method used in this research is quantitative research by processing data from primary data obtained directly from respondents through questionnaires distributed via Google Form by carrying out several tests and data analysis, namely consisting of validity and reliability tests, classical assumption tests, regression analysis tests. multiple linear, and hypothesis testing using a partial test (t test) using the help of a data processing application, namely SPSS version 26. From the tests that have been carried out, the results show that the hedonic shopping motivation variable has a positive and significant effect on impulsive purchases on the Shopee marketplace. The shopping lifestyle variable has a positive and significant effect on impulsive purchases on the Shopee marketplace.

Keywords: Hedonic shopping motivation, Shopping lifestyle, Impulse buying, Shopee Marketplace.