

**PENGARUH *POSITIVE EMOTION* DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP
IMPULSE BUYING BEHAVIOR PADA MASYARAKAT
KABUPATEN MAJALENGKA
(Suatu Studi pada *Marketplace* Shopee)**

ARTIKEL

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Strata Satu

Oleh,

BAYU RAMDANI
NIM. 3402180550



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH**

2022

**PENGARUH *POSITIVE EMOTION* DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP
IMPULSE BUYING BEHAVIOR PADA MASYARAKAT
KABUPATEN MAJALENGKA
(Suatu Studi pada *Marketplace* Shopee)**

Bayu Ramdani

Fakultas Ekonomi, Universitas Galuh
ramdanibayu214@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh *impulse buying behavior* pada masyarakat Kabupaten Majalengka pengguna *marketplace* Shopee yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1). Besarnya pengaruh *positive emotion* terhadap *impulse buying behavior* pada masyarakat Kabupaten Majalengka; 2). Besarnya pengaruh *price discount* terhadap *impulse buying behavior* pada masyarakat Kabupaten Majalengka; 3). Besarnya pengaruh *positive emotion* dan *price discount* terhadap *impulse buying behavior* pada masyarakat Kabupaten Majalengka. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif, dengan jumlah populasi sebanyak 32.431 orang dan sampel sebanyak 100 orang. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan Analisis Deskriptif, Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Uji Koefisien Determinasi, Uji Parsial (Uji t), Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Regresi Linier Berganda, dan Uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1). *Positive emotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying behavior* pada masyarakat Kabupaten Majalengka pengguna *marketplace* Shopee dengan besarnya pengaruh 59,91%. 2). *Price discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying behavior* pada masyarakat Kabupaten Majalengka pengguna *marketplace* Shopee dengan besarnya pengaruh 41,09%. 3). *Positive emotion* dan *price discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying behavior* pada masyarakat Kabupaten Majalengka pengguna *marketplace* Shopee dengan besarnya pengaruh 60,84%.

Kata kunci: Impulse Buying Behavior, Positive Emotion, dan Price Discount

