

ABSTRAK

Dian Fitriana. 2023. Pengaruh Gender, Promosi Penjualan dan Sifat Materialisme terhadap Perilaku *Impulse buying* secara *Online* (Studi Kasus pada Masyarakat Kecamatan Padaherang). Dibawah bimbingan Bapak Dr. Apri Budianto, M.M. (Pembimbing I) dan Bapak H. Iwan Setiawan, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Gender, Promosi Penjualan dan Sifat Materialisme terhadap Perilaku *Impulse buying* secara *Online* (Studi Kasus pada Masyarakat Kecamatan Padaherang).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana pengaruh Gender terhadap perilaku *impulse buying* secara *online* pada masyarakat Kecamatan Padaherang? 2) Bagaimana pengaruh Promosi Penjualan terhadap perilaku *impulse buying* secara *online* pada masyarakat Kecamatan Padaherang? 3) Bagaimana pengaruh Sifat Materialisme terhadap perilaku *impulse buying* secara *online* pada masyarakat Kecamatan Padaherang? 4) Bagaimana pengaruh Gender, Promosi Penjualan serta Sifat Materialisme terhadap perilaku *impulse buying* secara *online* pada masyarakat Kecamatan Padaherang?

Metode yang digunakan adalah metode penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 68.123 orang dan sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 100 orang. Sedangkan analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, analisis koefisien korelasi sederhana, koefisien determinasi, uji t, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien korelasi berganda dan uji F. Dan hasil penelitian dari pengolahan data menunjukkan bahwa gender, promosi penjualan dan sifat materialisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulse buying* secara *online* masyarakat kecamatan Padaherang dengan besarnya pengaruh 53,5% sedangkan 46,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Implikasi dari hasil penelitian ini adalah bagi pengguna *online shop* agar lebih bisa mengontrol diri saat ini berbelanja online agar tidak terlalu konsumtif dan bisa memutuskan untuk pembelian yang tepat dan memang dibutuhkan.

Kata Kunci: Gender, Promosi Penjualan, sifat Materialisme, *Impulse buying*.