

ABSTRAK

Fauzy Achmad Nurhikmat, 3402200076. “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis dan *Price Discount* terhadap *Impulse Buying* (Suatu Studi pada Pengguna *E-Commerce* di Kelurahan Sindanggrasa, Kecamatan Ciamis, Kabupaten Ciamis)”. Dibawah bimbingan Bapak Dr. H. Sukomo, Drs., M.Si. (Pembimbing I) dan Ibu Hj. Nina Herlina, Ir., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis dan *Price Discount* terhadap *Impulse Buying* (Suatu Studi pada Pengguna *E-Commerce* di Kelurahan Sindanggrasa, Kecamatan Ciamis, Kabupaten Ciamis). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1) Seberapa besar pengaruh motivasi belanja hedonis terhadap *impulse buying*?; 2) Seberapa besar pengaruh *price discount* terhadap *impulse buying*?; 3) Seberapa besar pengaruh motivasi belanja hedonis dan *price discount* terhadap *impulse buying*?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1) Besarnya pengaruh Motivasi Belanja Hedonis terhadap *Impulse Buying*; 2) Besarnya pengaruh *Price Discount* terhadap *Impulse Buying*; 3) Besarnya pengaruh Motivasi Belanja Hedonis dan *Price Discount* terhadap *Impulse Buying*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t, dan Uji F.

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa: 1) Motivasi belanja hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*, artinya semakin tinggi motivasi belanja hedonis maka *impulse buying* semakin meningkat; 2) *Price discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*, artinya semakin tinggi *price discount* maka *impulse buying* semakin meningkat; 3) Motivasi belanja hedonis dan *price discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*, artinya semakin tinggi motivasi belanja hedonis dan semakin tinggi *price discount* maka *impulse buying* semakin meningkat.

Kata kunci: Motivasi Belanja Hedonis, Price Discount, dan Impulse Buying