

**Pengaruh Diskon Harga Dan Motivasi Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif
(Studi Pada Konsumen Shopee di Jombang)**

ABSTRAK

Oleh:

**Achmad Romadhon
1761110**

**Dosen Pembimbing:
Erminati Pancaningrum, ST., MSM.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diskon harga dan motivasi hedonis terhadap pembelian impulsif pengguna Shopee di Jombang. penelitian ini merupakan jenis penelitian Verifikatif dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode explanatory research yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis.

Data dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder serta untuk populasi yaitu pengguna aplikasi Shopee di Jombang dengan sampel yang berjumlah 96 responden. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Skala pengukuran menggunakan skala Likert, pengumpulan data menggunakan angket dengan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dan diolah menggunakan SPSS versi 21.

Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa diskon harga dan motivasi hedonis berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian impulsif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa diskon harga dan motivasi hedonis berpengaruh terhadap pembelian impulsif pada pengguna Shopee di Jombang.

Kata Kunci : Diskon Harga, Motivasi Hedonis, Pembelian Impulsif

***The Effect of Price Discounts and Hedonic Motivation on Impulse Buying
(Study on Shopee Consumers in Jombang)***

ABSTRACT

By:

**Achmad Romadhon
1761110**

Mentor:

Erminati Pancaningrum, ST., MSM.

This study aims to determine the effect of price discounts and hedonic motivation on the impulse buying of Shopee users in Jombang. This research is a type of verification research with a quantitative approach and using explanatory research methods, namely research that explains the relationship between research variables through hypothesis testing.

The data in this study include primary and secondary data as well as for the population, namely Shopee application users in Jombang with a sample of 96 respondents. The sampling technique of this study used accidental sampling. The measurement scale uses a Likert scale, data collection uses a questionnaire with data analysis techniques using multiple linear regression analysis and processed using SPSS version 21.

The results in the study show that price discounts and hedonic motivation have a significant effect on impulse buying. Thus, it can be concluded that price discounts and hedonic motivation have an effect on impulse buying of Shopee users in Jombang.

Keywords: Price Discount, Hedonic Motivation, Impulse Buying