

**PENGARUH *ONLINE STORE BELIEFS* DAN *SELF CONTROL* TERHADAP
ONLINE IMPULSIVE BUYING PADA PENGGUNA MARKETPLACE SHOPEE**

(Studi Pada Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang)

ABSTRAK

Oleh :

Aishafa Tasyani Rochim

Dosen Pembimbing :

Dr. Chusnul Rofiah, SE., MM., CIQaR

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui data dan menjelaskan pengaruh *online store beliefs* dan *self control* terhadap *online impulsive buying* pada pengguna *marketplace shopee* pada Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Populasinya adalah pengguna *marketplace shopee* pada Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang dengan sampel penelitian sebanyak 100 responden. Analisa data dengan menggunakan metode statistic Regresi Linier Berganda dan pengujian hipotesis dan koefisien determinasi. Data diolah menggunakan SPSS 23. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *online store beliefs* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *online impulsive buying*, serta *self control* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *online impulsive buying*.

Kata kunci : *Online Store Beliefs, Self Control, Online Impulsive Buying*