

**PENGARUH MOTIVASI PEMBELIAN HEDONIS DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA TIKTOK SHOP  
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA)**

**Oleh :**

**Kartika Rosiana**

**NPM 192304020**

**INTISARI**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh motivasi pembelian impulsif dan *shopping lifestyle* terhadap pembelian impulsif pada TikTok Shop. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif melalui penyebaran kuesioner yang berisi pernyataan tertutup terhadap 92 responden yang dibulatkan menjadi 100 dari 964 jumlah total populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear (Uji T) dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi pembelian hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada TikTok Shop. Variabel *shopping lifestyle* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada TikTok Shop.

**Kata Kunci:** Motivasi Pembelian Hedonis, *Shopping Lifestyle*, Pembelian Impulsif

***THE EFFECT OF HEDONIC SHOPPING MOTIVATION AND SHOPPING LIFESTYLE ON IMPULSIVE BUYING AT TIKTOK SHOP (STUDY OF STUDENTS ON THE FACULTY OF ECONOMIC AND SOCIAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA UNIVERSITY)***

***By :***

***Kartika Rosiana***

***NPM 192304020***

***ABSTRACT***

*This research was conducted to determine the effect of hedonic shopping motivation and shopping lifestyle on impulsive buying at the TikTok Shop. This research was conducted using a quantitative method by distributing questionnaires containing closed statements to 92 respondents which were rounded up to 100 out of 964 the total population of students at the Faculty of Economics and Social Affairs Jenderal Achmad Yani Yogyakarta University. The technique used in determining the sample in this study is non-probability sampling using purposive sampling method. Data collection techniques using primary sources and secondary sources. The analysis technique used in this research is descriptive analysis, validity test, reliability test, classic assumption test, linear regression test (T test) and hypothesis testing.*

*The results of this study indicate that hedonic shopping motivation have a positive and significant effect on impulsive buying at the TikTok Shop. Variable shopping lifestyle have a positive and significant effect on impulsive buying at the TikTok Shop.*

***Keywords:*** *Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Impulsive Buying*