

ABSTRAKSI

HANDRI SATRYA SANTOSA, Pengaruh Perilaku Pembelian Impulsif dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Penggunaan Kartu Kredit Pada Situs Jual Beli Bukalapak. (Dibimbing oleh RA Nurlinda).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku pembelian impulsif dan gaya hidup hedonis terhadap penggunaan kartu kredit di Bukalapak. Variabel eksogen terdiri dari (pengaruh perilaku pembelian impulsif dan gaya hidup hedonis) dan variabel endogen (penggunaan kartu kredit). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 103 orang responden. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Bukalapak yang menggunakan kartu kredit untuk berbelanja di Bukalapak dalam 2 bulan terakhir. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dan analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pembelian impulsif dan gaya hidup hedonis memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan kartu kredit secara parsial maupun secara bersama-sama.

Kata kunci: perilaku pembelian impulsif, gaya hidup hedonis, penggunaan kartu kredit, Bukalapak

ABSTRACT

HANDRI SATRYA SANTOSA, Effect of Impulsive Purchasing Behavior and Hedonic Lifestyle on the Use of Credit Cards at the Bukalapak Buying and Selling Site. (Guided by RA Nurlinda).

This study aims to determine the effect of impulsive buying behavior and hedonic lifestyle on the use of credit cards at Bukalapak. Exogenous variables consist of (influence of impulsive buying behavior and hedonic lifestyle) and endogenous variables (credit card usage). The number of samples used in this study were 103 respondents. Respondents in this study were Bukalapak customers who used credit cards to shop at Bukalapak in the last 2 months. The analytical method used in this study is a non-probability sampling method with a purposive sampling technique and data analysis using multiple linear regression analysis.

The results showed that impulsive buying behavior and hedonic lifestyle had a positive and significant influence on the use of credit cards partially or jointly.

Keywords: impulsive buying behavior, hedonic lifestyle, credit card usage, Bukalapak