

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan pada Pembelian Impulsif terhadap pengguna E-commerce di wilayah Kabupaten Tangerang dan Kota Tangerang. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu kuesioner. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah data primer yang berjumlah 105 responden. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program aplikasi statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama motivasi belanja hedonis, gaya hidup berbelanja, dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan pembelian impulsif. Motivasi belanja hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, gaya hidup berbelanja tidak berpengaruh terhadap pembelian impulsif, promosi penjualan tidak berpengaruh terhadap pembelian impulsif.

Kata Kunci : Motivasi belanja hedonis, gaya hidup berbelanja, promosi penjualan, pembelian impulsif.

## ABSTRACT

*This study aims to analyze how the influence of Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle and Sales Promotion on Impulsive Purchasing on E-commerce users in Tangerang Regency and Tangerang City. This study uses primary data, namely questionnaires. The sample taken in this study is primary data, totaling 105 respondents. The analysis technique in this study is multiple linear regression analysis using statistical application programs. The results showed that together hedonic shopping motivation, shopping lifestyle, and sales promotion had a positive and significant impact on impulsive buying. Hedonic shopping motivation has a positive and significant effect on impulse buying, shopping lifestyle has no effect on impulse buying, sales promotion has no effect on impulse buying.*

*Keywords: Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Sales Promotion, and Impulse Buying.*