

ABSTRAK

Sirotur Rofiah, 1950210170, Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle* dan *Price Discount* terhadap *Impulsive Buying* pada *Social E-Commerce* TikTok Shop (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Institut Agama Islam Negeri Kudus Angkatan 2019-2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *hedonic shopping motivation, shopping lifestyle* dan *price discount* terhadap *impulsive buying* pada *social e-commerce* TikTok Shop. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik dalam pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *purposive sampling* dengan rumus *Slovin*. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (MBS) di Institut Agama Islam Negeri Kudus angkatan tahun 2019-2022. Responden penelitian ini berjumlah 86 responden mahasiswa. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji analisis regresi linier berganda, serta data di olah dengan bantuan program SPSS IBM 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *hedonic shopping motivation, shopping lifestyle* dan *price discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* pada *social e-commerce* TikTok Shop. *Hedonic shopping motivation, shopping lifestyle* dan *price discount* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* pada *social e-commerce* TikTok Shop.

Kata Kunci: Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Belanja, Diskon Harga, Pembelian Impulsif