

ABSTRAK

Siti Latifatul Munawaroh, 1820310161, “Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* Dan *Shopping Lifestyle*, Terhadap *E-Impulse Buying*, Studi Kasus (Pengguna Spaylater Shopee Generasi-Z IAIN kudus)”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* dan *Shopping Lifestyle* terhadap *E-Impulse Buying* pengguna spaylater shopee generasi z IAIN kudus, Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation* (X1), *Shopping Lifestyle* (X2) sedangkan variabel dependennya yaitu *E-Impulse Buying*(Y). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Pengambilan sampel purposive sampling, purposive sampling merupakan teknik untuk menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu, dengan penarikan sampel menyebar link quisioner kepada pengguna spaylater shopee generasi Z IAIN kudus, teknik ini digunakan peneliti untuk mendapatkan anggota sampel berdasarkan kriteria tertentu yang diolah menggunakan SPSS 25. Sampel yang digunakan yaitu mahasiswa/i sebanyak 100 orang yang menggunakan spaylater shopee di IAIN kudus, instrument menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik menggunakan p plot, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis yang terdiri dari uji t dan uji f. hasil uji t dalam penelitian ini diketahui bahwa pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* berpengaruh signifikan terhadap *E-Impulse Buying*, dan variabel shopping berpengaruh signifikan terhadap *E-Impulse Buying*, Besarnya pengaruh *E-Impulse Buying* dan *Shopping Lifestyle* pengguna Spaylater shopee generasi-z IAIN kudus ditunjukkan hasil dari R^2 nilai kolerasi dan dipengaruhi faktor lainnya

Kata kunci: *pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, E-Impulse Buying, Spaylater.*