

ABSTRAK

Diah Aizzaul Mawaddah, NIM: 2020310113, Pengaruh *Hedonic Lifestyle, Trend, Dan Keragaman Produk Terhadap Impulse Buying Di E-Commerce (Pada Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2020)*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *hedonic lifestyle, trend, dan keragaman produk terhadap impulse buying di e-commerce*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 85 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan menggunakan metode Purposive sampling. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2020. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan bantuan program *statistical package for social sciences (SPSS) for Windows 20*. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji parsial (uji t) variabel *Hedonic Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying*, sedangkan *Trend* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying*, dan keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying di E-Commerce* pada Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2020.

Kata kunci: *Hedonic Lifestyle, Trend, Keragaman Produk, Impulse Buying, e-commerce.*