

## ABSTRAK

Lutfiah, Hariotul. 2024. Pengaruh Gaya Hidup dan Diskon Terhadap *Impulsive Buying* mahasiswa pada Produk *Fashion* di Platform Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Ekonomi Universitas Nurul Jadid). Skripsi, Prodi Ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo. Pembimbing : Muh. Hamzah SE.M.M.

**Kata Kunci :** Gaya Hidup, Diskon, *Impulsive Buying*

Dengan banyaknya kemudahan dalam mengakses internet tak dapat dipungkiri bahwa kita dapat dengan mudah melakukan transaksi secara online. Hanya bermodalkan gadget tanpa perlu keluar rumah kita dapat membeli seluruh kebutuhan yang kita perlukan, namun hal tersebut nyatanya membuat kita melakukan pembelian secara tidak terencana Atau biasa kita sebut *Impulsive buying*. *Impulsive buying* sendiri merupakan Proses pembelian barang yang terjadi secara spontan atau tidak berfikir panjang terlebih dahulu mengenai produk yang akan dibelinya tanpa memikirkan akibatnya, hal tersebut dilatar belakangi dengan adanya gaya hidup maupun diskon. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan diskon *terhadap impulsive buying* mahasiswa pada produk *fashion* di platform shopee serta mengetahui variabel mana yang lebih dominan mempengaruhi *impulsive buying* mahasiswa pada produk *fashion* di platform shopee.

Adapun metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada 78 orang yang termasuk dalam sampel penelitian. Analisis statistik yang digunakan yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t (parsial) dan uji f (simultan), kemudian dapat disimpulkan berdasarkan hasil analisis tersebut.

Setelah dilakukan penelitian di lapangan, maka didapat hasil : analisis uji t (parsial) diketahui variabel X<sub>1</sub> diperoleh nilai sig 0,000 < 0,05 dan didapat  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (4,815 > 1,665). Variabel X<sub>2</sub> diperoleh nilai sig 0,018 < 0,05 dan didapat  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (2,418 > 1,665). Jadi secara parsial variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y. Selanjutnya pada uji f (simultan) diketahui nilai sig 0,000 < 0,05. Dan diketahui nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (68,650 > 3,119) jadi variabel independen berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel dependen. Hasil pengujian statistik menyatakan bahwa nilai koefisien beta untuk variabel X<sub>1</sub> sebesar 0,644 sedangkan nilai koefisien beta untuk variabel X<sub>2</sub> sebesar 0,351. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel X<sub>1</sub> > variabel X<sub>2</sub> (0,644 > 0,351), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup (X<sub>1</sub>) lebih dominan mempengaruhi variabel *impulsive buying* (Y). Diketahui nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,804 menunjukkan bahwa korelasi/hubungan antara variabel X dengan variabel Y, sehingga memiliki hubungan linier sangat kuat. Nilai dari Adjusted R square (koefisien determinasi) sebesar 0,637 (63,7%). Hal ini berkesimpulan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen sebesar 63,7%. Sedangkan sisanya 36,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.