

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, SHOPPING LIFESTYLE,*  
DAN *FASHION INVOLVEMENT* TERHADAP *IMPLUSE BUYING* PADA *E –*  
*COMMERCE TIKTOK SHOP***

(Survei Pada Masyarakat pengguna TikTok di Sleman)

Dian Nurika Susanti

NIM.141190249

E-mail : [141190249@student.upnyk.ac.id](mailto:141190249@student.upnyk.ac.id)

Dosen Pembimbing :

Dra. Yekti Utami, M.Si

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle,* dan *Fashion Involvement* terhadap *Impluse Buying* pada *E-commerce* TikTok Shop. Data pada penelitian ini menggunakan data primer dengan pendekatan kuantitatif dengan metode kuesioner dan menggunakan teknik *purpoive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna TikTok di Sleman, didominasi oleh pelajar/mahasiswa perempuan yang berumur 22 tahun dengan penghasilan < Rp 500.000 dengan jumlah sampel 100 responden. Pengumpulan data dihitung dengan menggunakan skala likert dan kemudian dianalisis menggunakan IBM SPSS Stastistics 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle,* dan *Fashion Involvement* secara bersama-sama berpengaruh *positif dan signifikan* terhadap *Impluse Buying* pada *E – Commerce* Tiktok Shop, *Hedonic Shopping Motivation,* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impluse Buying* pada *E – Commerce* Tiktok Shop, *Shopping Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impluse Buying* pada *E – Commerce* Tiktok Shop, *Fashion Involvement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impluse Buying* pada *E – Commerce* Tiktok Shop.

**Kata Kunci :** *Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Impluse Buying.*