

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh *hedonic shopping motivation*, *discount*, dan kemudahan pembayaran terhadap *impulse buying* di Shopee pada mahasiswa. Penelitian ini bertujuan secara khusus menganalisis (1) mengetahui apakah ada pengaruh positif dan signifikan *discount* terhadap *impulse buying* di Shopee pada mahasiswa, (2) mengetahui apakah ada pengaruh positif dan signifikan kemudahan pembayaran terhadap *impulse buying* di Shopee pada mahasiswa (3) mengetahui apakah ada pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama *hedonic shopping motivation*, *discount*, dan kemudahan pembayaran terhadap *impulse buying* di Shopee pada mahasiswa (4) mengetahui apakah ada pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama *hedonic shopping motivation*, *discount*, dan kemudahan pembayaran terhadap *impulse buying* di Shopee pada mahasiswa. Terdapat 190 sampel yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecenderungan pembelian impulsif di kalangan mahasiswa, terutama yang terdaftar dalam program seperti Akuntansi, Ekonomi Pembangunan, Bisnis Layanan Makanan, dan Magister Manajemen, dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti motivasi belanja hedonis, ketersediaan diskon, dan kemudahan pembayaran. Fenomena ini tidak hanya terbatas pada disiplin akademik tertentu, tetapi menyebar di seluruh badan mahasiswa.

Kata kunci: *hedonic shopping motivation*, *discount*, *shopee*, *mahasiswa*