

RINGKASAN

Mohamad Elang Rinto Adi. Program Pasca Sarjana Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto. Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Motivasi Hedonis Konsumen Toko Online Dalam Melakukan Pembelian Impulsif. Pembimbing Utama : Dr. Pramono Hari Adi, M.S. Pembimbing Kedua : Dr. Christina Tri Setyorini, SE. M.Si. Ph.D, CA.

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan motivasi hedonis konsumen toko *online* dalam melakukan pembelian impulsif pada Mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman. Penelitian ini termasuk jenis penelitian *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *accidental sampling*, diperoleh sampel sebanyak 100 Mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Metode analisis menggunakan uji regresi linier berganda dengan terlebih dahulu mengacu pada uji asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh positif promosi terhadap pembelian impulsif pada toko *online*, dibuktikan dari nilai t hitung sebesar $4,559 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,661$, signifikansi $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar $0,466$; (2) terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap pembelian impulsif pada toko *online*, dibuktikan dari nilai t hitung $2,526 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,661$, signifikansi $0,013 < 0,05$ dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar $0,331$; (3) terdapat pengaruh positif kualitas motivasi hedonis terhadap pembelian impulsif pada toko *online*, dibuktikan dari nilai t hitung sebesar $5,130 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,661$, signifikansi $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar $0,593$.

Kata kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, Motivasi Hedonis, Pembelian Impulsif

SUMMARY

Mohamad Elang Rinto Adi. Graduate Program of General Soedirman University of Purwokerto. The Analysis of the Influence of Promotion, Service Quality, and Consumer Hedonis Motivation Online Shop in Impulsive Buying. Primary Counselor: Dr. Pramono Hari Adi, M.S. Secondary Counselor: Dr. Christina Tri Setyorini, SE. M.Si. Ph.D, CA.

The purpose of this research is to analyze the influence of promotion, service quality, and consumer hedonis motivation online shop in impulsive buying at General Soedirman University student. This research includes explanatory research with quantitative approach. Sampling method in this research using accidental sampling, obtained sample of 100 students. Data collection techniques using questionnaires that have been tested for validity and reliability. The method of analysis using multiple linear regression test by first referring to the classical assumption test.

The result of the research show that (1) there is a positive influence of promotion to impulsive buying at online store, proved from t value equal to 4,559 > t value of table 1,661, significance $0,000 < 0,05$ and regression coefficient have positive value equal to 0,466; (2) there is positive influence of service quality to impulsive purchasing at online store, proved from t value 2,526 > value t table 1,661, significance $0,013 < 0,05$ and regression coefficient have positive value equal to 0,331; (3) there is positive influence of quality of hedonic motivation toward impulsive purchasing at online store, proved from t count value 5,130 > t value of table 1,661, significance $0,000 < 0,05$ and regression coefficient have positive value equal to 0,593.

Keywords : Promotion, Service Quality, Consumer Hedonist Motivation, Impulse Buying