

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Ganjil 2019/2020

PERILAKU IMPULSIF KONSUMEN BATAM TERHADAP PRODUK *FASHION* DALAM *E-COMMERCE*

Joswendo
NPM: 1641187

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk mempelajari perilaku impulsif konsumen yang berada di Batam terhadap produk *fashion* dalam *e-commerce*. Penelitian ini menggunakan variabel *impulsiveness* sebagai variabel independen, *Hedonic Shopping Value* dan *Utilitarian Shopping Value* sebagai variabel interveningnya terhadap variabel *Urge to buy Impulsively* sebagai variabel dependen.

Terdapat sampel sebanyak 394 responden untuk digunakan dalam penelitian ini dimana diperoleh dari warga daerah Batam pemilihan sample *purposive sampling method*. Data penelitian yang terkumpul akan diproses menggunakan program *Partial Least Square (PLS)*.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa belanja produk *fashion* di *e-commerce*, variabel *impulsiveness* berpengaruh signifikan terhadap *hedonic shopping value* dan *utilitarian shopping value* sebagai interveningnya yang juga berpengaruh signifikan terhadap *urge to buy impulsively*. Moderating pada variabel *serendipity* berpengaruh signifikan terhadap kedua *shopping value* serta berpengaruh signifikan terhadap *urge to buy impulsively* tetapi tidak berlaku pada variabel moderating *serendipity*.

Kata Kunci : *impulsiveness, hedonic shopping value, utilitarian shopping value, urge to buy impulsively*