

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Shopping Lifestyle, Sales Promotion, Discount, Hedonic Shopping Motivation Dan Website Quality* Terhadap *Impulse Buying* (Studi Kasus Pada Toko Zumiyama Marketplace Lazada). Sampel penelitian ini sebanyak 76, metode sampel yang digunakan adalah *sampling* jenuh. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) *Shopping Lifestyle* berpengaruh positif signifikan terhadap *Impulse Buying*, (2) *Sales Promotion* berpengaruh positif signifikan terhadap *Impulse Buying*, (3) *Discount* berpengaruh positif signifikan terhadap *Impulse Buying*, (4) *Hedonic Shopping Motivation* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *Impulse Buying* dan *Website Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *Impulse Buying*.

Kata kunci : *Shopping Lifestyle, Sales Promotion, Discount, Hedonic Shopping Motivation Dan Website Quality* dan *Impulse Buying*